

EMPRENDIMIENTO

# Programa ViaGalicia Programa Business Factory Auto



Fotos: Jorge Landín

## “El crecimiento de la comunidad es sostenido no solo en número de empresas, sino también en operaciones de inversión”

**¿En qué medida han impulsado el desarrollo del tejido empresarial gallego los programas de emprendimiento que promueve el Consorcio?** El tejido empresarial de Galicia viene demandando respuestas a los retos del entorno económico actual, en particular la modernización del tejido productivo en sectores estratégicos, así como el estímulo de nuevas oportunidades de negocio. Una de las principales demandas que nos trasladan las empresas es la necesidad de promover un ecosistema de innovación propio en Galicia que fomente la aparición de nuevas startups que den la respuesta a esos retos. En este sentido, nuestros programas de emprendimiento se alinean en base a dos ejes: por un lado, se diseñan teniendo en cuenta las necesidades de los principales sectores estratégicos de Galicia y la diversificación; por otro, se enfocan en conseguir resultados tangibles, es decir, convertir ideas en

realidades empresariales. Este enfoque explica que los proyectos impulsados desde los programas de emprendimiento del Consorcio se conviertan en startups sólidas que contribuyen tanto a modernizar e innovar en sectores tradicionales como a la diversificación del tejido empresarial y aparición de nuevos sectores.

**“UNA DE LAS PRINCIPALES DEMANDAS QUE NOS TRASLADAN LAS EMPRESAS ES LA NECESIDAD DE PROMOVER UN ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN PROPIO EN GALICIA”**

**¿De qué manera ha contribuido ViaGalicia a este desarrollo?** El carácter



**Rosa Eguizábal**  
Directora del Servicio de Promoción Económica del Consorcio de la Zona Franca de Vigo

Los programas de emprendimiento del Consorcio se diseñan a medida de las necesidades del tejido empresarial para lograr resultados tangibles. Y se está consiguiendo. “El crecimiento de la comunidad es sostenido no solo en número de empresas, sino también en operaciones de inversión, alcanzando la cifra de 68 millones en el último año. Una muestra es que el 50% de las startups que participaron en la última edición de ViaGalicia cerraron rondas de financiación tras su paso por el programa”, explica Rosa Eguizábal. “Todo ello ha contribuido al desarrollo de un tejido empresarial más diversificado y fortalecido, posicionando a Galicia como el sexto polo de innovación en scaleups y startups de España”, destaca.

multisectorial de ViaGalicia nos ha permitido detectar tendencias actuales y de ese modo ha contribuido al desarrollo de nuevos sectores. Es, por ejemplo, el caso del sector aeroespacial, donde startups como Alén Space o Uarx Space han contribuido a desarrollar el sector en Galicia, y se han convertido en referentes del subsector del NewSpace. Desde su implantación en el 2019, están atrayendo nuevas empresas del sector favoreciendo la creación de un polo aeroespacial en uno de los Parques tecnológicos del Consorcio. La intensidad del programa formativo, la rigurosidad en su metodología y la calidad de sus tutores han propiciado que las startups aceleradas multipliquen sus posibilidades de éxito. Y esto se traduce en unos resultados cuantitativos destacados, como: el atractivo y la solvencia de algunas startups que despertaron el interés de grandes cor-

poraciones y formalizaron operaciones muy relevantes, como Bialactis, Arengu o Helpflash; algunas de las startups que nacieron hace unos pocos años en ViaGalicia han experimentado un importante escalado, convirtiéndose en scaleups de éxito, con un crecimiento exponencial de sus resultados, alcanzando facturaciones de más de 1 millón de euros y plantillas de casi un centenar de trabajadores, altamente cualificados.

**“EL CONSORCIO TRABAJA EN LA IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS SECTORES EMERGENTES, CON EL FIN DE IMPULSAR SU DESARROLLO Y FAVORECER SU CONSOLIDACIÓN EN GALICIA”**

**¿Cómo ayudan HTA y BFA a afrontar los retos de la movilidad y a posicionar a sus participantes a la cabeza de la industria?** Si bien HTA y BFA son programas verticales enfocados exclusivamente en los sectores de automoción y movilidad, al igual que ViaGalicia tienen capacidad para detectar nuevas tendencias. Esto les permite identificar nuevas soluciones que den respuesta a las necesidades y retos del sector en cada momento. El factor clave es la colaboración con los principales actores del sector, ya que nos trasladan los retos a superar,

y a su vez colaboran activamente para integrar a los proyectos incubados en sus ecosistemas. La incubadora de Alta Tecnología, HTA, promueve el desarrollo de nuevos proyectos, poniendo su AutoLab a disposición de los emprendedores para validar sus prototipos y desarrollar sus propuestas. El AutoLab cuenta con seis áreas de trabajo especializado, Prototipado rápido, Electrónica, 5G con Edge Computing, CNC, Robótica y Digitalización con Hardware y Software, que contribuyen a la modernización sectorial y al fomento de la innovación y la transferencia de tecnología.

Por su parte, BFA ofrece un entorno profesionalizado y colaborativo donde los emprendedores puedan desarrollar y validar sus propuestas con el propio sector. Su éxito radica en que es la propia industria la que plantea los retos del sector, en busca de propuestas que den respuesta a sus necesidades estratégicas. Para ello prestan su asesoramiento y apoyo en la realización de pilotos, facilitando su incorporación a la cadena de valor.

**¿Qué sectores presentan mayor potencial de futuro?** Por un lado, los sectores estratégicos de Galicia que siguen contando con un amplio potencial, como la automoción, pesca, naval o textil y que trabajan en su transformación y modernización. Por ejemplo, en la automoción la apuesta actual son la nueva movilidad o el vehículo eléctrico. En cuanto a los sectores emergentes, con presencia in-

ciente en nuestra economía, el Consorcio trabaja en su identificación y análisis, con el fin de impulsar su desarrollo y favorecer su consolidación en Galicia. Por destacar alguno, el sector aeroespacial está ganando cada vez más peso, con ejemplos como Alén Space, Uarx Space, Kreios, o VIG-SEC Drone. También están cobrando especial relevancia por aplicación transversal, el sector de las nuevas tecnologías, TIC, así como la fotónica. En el ámbito de la biotecnología, uno de los sectores que está tomando más impulso en los últimos años, el CZFV también participa en IberoBio, un ambicioso proyecto que tiene como objetivo la consolidación, posicionamiento y la internacionalización del sector biotech ibérico transfronterizo.

**IMPULSANDO LOS SECTORES ESTRATÉGICOS EMERGENTES**

El sector TIC está cobrando especial relevancia. En esta área, el Consorcio está trabajando, en colaboración con Gradient y la Cámara CPVV, en el desarrollo de la nueva Incubadora startTIC, de impulso al sector TIC, cofinanciada con fondos FEDER para el apoyo de sectores estratégicos emergentes. “Esta Incubadora de Alta Tecnología estimulará el desarrollo de nuevas tecnologías, especialmente tecnologías 5G, ciberseguridad e Inteligencia artificial”, destaca Rosa Eguizábal.

En el sector de la fotónica, el Consorcio se ha implicado en la creación de la startup SPARC, un proyecto de industrialización de base altamente tecnológica con grandes perspectivas de futuro. “La fabricación de productos fotónicos contribuirá a la mejora de la competitividad del tejido industrial del área, convirtiendo a Galicia en un referente europeo, reduciendo la dependencia en un ámbito tan estratégico”, asegura.



Rosa Eguizábal, en la sede de la calle Areal del Consorcio de la Zona Franca de Vigo.





Fotos: Jorge Landín

“ViaGalicia ha contribuido a poner a Galicia en el mapa del emprendimiento de España, lo que ha conseguido atraer el interés de inversores”

**¿Qué hitos ha logrado ViaGalicia desde su creación?**

ViaGalicia ha completado ya siete ediciones desde 2014. Si analizamos los resultados, comprobamos que todos los recursos que la Zona Franca de Vigo y la Xunta de Galicia han puesto a disposición de los emprendedores han contribuido a modernizar e innovar en los sectores más tradicionales, impulsando la aparición de nuevos sectores que no tenían presencia en nuestro tejido empresarial. El éxito de ViaGalicia se demuestra con los datos acumulados: se han analizado más de 1.500 propuestas y ayudado a definir su modelo de negocio a casi 270 proyectos empresariales. ViaGalicia ha contribuido a la creación de 680 nuevos empleos y a poner a Galicia en el mapa del emprendimiento de España, lo que ha conseguido atraer el interés de inversores e importantes fondos de inversión a nivel nacional.

**“TENER LA CAPACIDAD DE PIVOTAR Y REDEFINIR SU ESTRATEGIA Y SU MODELO CON AGILIDAD Y RAPIDEZ PUEDE SUPONER LA DIFERENCIA ENTRE EL ÉXITO Y EL FRACASO”**

**¿Cuáles son los aprendizajes que más valoran los participantes?**

Las primeras etapas del emprendimiento son especialmente difíciles y duras. ViaGalicia les ofrece un entorno profesional donde definir y madurar sus modelos de negocio y hacerles crecer de forma rápida y ordenada, mejorando la calidad de su

**VIAGALICIA**

**Teté Vilar**

Responsable de Emprendimiento del Consorcio de la Zona Franca de Vigo

Las cifras avalan el éxito alcanzado por ViaGalicia desde sus inicios. “En total, se han creado 92 nuevas empresas, que tras su participación en ViaGalicia han recibido más de 10 millones de euros de financiación directa en el Programa”, destaca Teté Vilar. “De estas, un 65% permanecen activas (las estadísticas dicen que solo un 10% superan el ‘valle de la muerte’ en su primer año de vida), superando los 50 millones de facturación en el último año y habiendo cerrado rondas de financiación por valor de 60 millones de euros”, detalla la responsable de Emprendimiento del Consorcio de la Zona Franca de Vigo.

gestión e incrementando sus posibilidades de éxito. Junto al apoyo financiero, los promotores valoran mucho la calidad de la formación y las herramientas, pero sobre todo valoran el asesoramiento y la implicación de los tutores y expertos que les acompañan. Aprecian mucho trabajar junto a otros emprendedores. En general conectan y crean fuertes lazos, ya que comparten la pasión de sus proyectos, a la vez que tienen criterio y son exigentes; lo que hace que el networking sea muy productivo y les aporte valor. Todos coinciden en que tras su paso por la aceleradora han empezado a entender su startup como una empresa en términos de rentabilidad, han profesionalizado sus procesos y se ven como empresarios.

**¿El asesoramiento en cuanto a financiación podría ser uno de ellos?** Efectivamente, somos conscientes de que en

estas primeras etapas los promotores tienen dificultades para acceder a la financiación que necesitan. En ViaGalicia trabajamos con ellos la construcción de un modelo financiero robusto que les permita modificar sus proyecciones según van trabajando y evolucionando su modelo de negocio. Es importante que conozcan las líneas de subvenciones y ayudas a las que pueden concurrir según sus necesidades. Su paso por ViaGalicia les hace más fácil el acceso a capital. En la aceleradora les preparamos para aumentar su credibilidad ante inversores, gracias a módulos específicos sobre cómo preparar una ronda de inversión, elaborar un executive summary y el pitch deck, calcular la valoración de su compañía o la preparación de métricas. Para ello, ponemos a su disposición analistas y expertos en comunicación, que les asesoran en todos estos aspectos.

**“EN LA ACELERADORA LES PREPARAMOS PARA AUMENTAR SU CREDIBILIDAD ANTE INVERSORES, GRACIAS A MÓDULOS ESPECÍFICOS”**

**¿Cómo deciden si es necesario que un proyecto pivote? ¿Hay algún ejemplo destacado?** Esta es una decisión que toman ellos, aunque cuentan con el asesoramiento y el apoyo de los tuto-

res. Una vez que analizan su modelo de negocio, pueden encontrar que no es escalable o que su mercado no tiene el tamaño suficiente. Para ello, les ayudamos a identificar el mercado al que dirigirse y a conocer en profundidad a su cliente. A partir de este punto, tener la capacidad de pivotar y redefinir su estrategia y su modelo con agilidad y rapidez puede suponer la diferencia entre el éxito y el fracaso. Buscar nuevos mercados, clientes u ofrecer nuevas propuestas de valor no es sencillo, y es ahí donde podemos ayudarles. Utilizamos la metodología Lean startup, que se basa en lanzar un MVP al mercado para testar su viabilidad, conocer la respuesta de los early adopters y afinarlo en un proceso iterativo que permita adaptar y mejorar el producto o servicio. Es fundamental la medición de resultados, el análisis y estudio continuo para conseguir que el producto siga cumpliendo con las expectativas y la demanda del mercado. El pivotaje de una startup es casi un proceso continuo de ajuste y validación. Podemos mencionar algún ejemplo destacado que ha pivotado, como el caso de Coinscrap, Alén Space o Councilbox, que cambiaron su estrategia según las necesidades del mercado y las oportunidades de negocio, mejorando así sus resultados.

**Desde su amplia experiencia, ¿cuáles son los requisitos necesarios para tener éxito a la hora de emprender en Galicia?** No existe una combinación

ganadora de factores que garantice el éxito, pero no puede faltar la suma de tres cosas: estar preparado, trabajar duro y tener suerte. Las startups que han pasado por ViaGalicia cuentan con una propuesta sólida, han analizado bien su mercado y han construido equipos solventes y comprometidos a los que no les falta pasión y constancia. Todos se han centrado en construir una estrategia clara para seguir creciendo de forma ordenada, consolidar equipos y saber cómo gestionar bien los escasos recursos con que cuentan al empezar. Todos destacan la importancia del equipo, de no perder el foco, conocer bien el mercado y escoger bien al cliente, diferenciarse, la escucha activa y, por supuesto, la suerte; estar en el sitio correcto en el momento oportuno puede marcar la diferencia. Estos factores son comunes, pero si nos centramos en Galicia, podemos afirmar que en los últimos años se han favorecido las condiciones para emprender por parte de las administraciones y del propio ecosistema, con la aparición de nuevos fondos de inversión privados en Galicia y el despertar general del ecosistema gallego.

## LA FINANCIACIÓN, CLAVE PARA EMPRENDER

La participación en ViaGalicia ofrece más garantías a los inversores, ya que el análisis que se ejecuta y el trabajo desarrollado en el programa mejoran la imagen y solvencia de las startups. Así, en la pasada edición, el 50% de las startups cerraron rondas de financiación durante su participación en el programa.

Además de ayudar a los emprendedores a desarrollar un modelo financiero bien trabajado, al finalizar la aceleración se organiza un Investor's Day, “donde les ponemos en contacto con importantes inversores y fondos de inversión”, detalla Teté Vilar.



Teté Vilar, en las instalaciones de Porto do Molle (Nigrán).



Guillermo Lamelas, CEO de Alén Space.



## Alén Space democratiza el acceso al espacio con soluciones satelitales de alta precisión y éxito

Abrir las puertas del espacio a todo tipo de entidades fue el punto de partida de Alén Space, una compañía nacida como spin-off de la Universidad de Vigo con una clara vocación internacional y un propósito firme: poner la tecnología de satélites al servicio de las personas y los proyectos que buscan generar impacto real en la Tierra. En un sector históricamente reservado a las grandes agencias espaciales, la empresa apostó por facilitar el acceso al espacio con soluciones integrales y personalizadas, capaces de dar respuesta a una demanda global en expansión.

“El espacio ya no es solo cosa de unos pocos, ahora es accesible para empresas, gobiernos o universidades que necesitan soluciones de comunicación, observación de la Tierra, servicios IoT o proyectos científicos”, explica Guillermo Lamelas, CEO de Alén Space. Esa visión ha llevado a la empresa gallega a diseñar, fabricar y operar pequeños satélites, así como a ofrecer productos y componentes que permiten a sus clientes poner en marcha sus propias misiones espaciales. Todo bajo una premisa que es su mejor carta de presentación: el cien por cien de éxito en todas las misiones ejecutadas hasta la fecha.

### UNA APUESTA POR LA EXCELENCIA TECNOLÓGICA

El modelo de negocio de Alén Space combina el desarrollo de misiones espaciales llave en mano con la fabricación y comercialización de subsistemas para pequeños satélites —como dispositivos de comunicaciones— y estaciones terrenas para el control y seguimiento de los satélites en órbita. Esta doble vía permite a la compañía adaptarse a cada cliente y consolidar una posición estratégica en el pujante mercado del New Space.

“El éxito de nuestras misiones tiene mucho que ver con nuestra filosofía de trabajo, ponemos el foco en que los satélites funcionen bien y en que ofrezcan los resultados que nuestros clientes esperan”, señala Lamelas. “Ese compromiso con la calidad es parte de nuestro ADN”, añade.

Su cartera de clientes es muy diversa al contar con más de 60 proyectos repartidos en más de 25 países, desde Alemania, Australia o Emiratos Árabes Unidos hasta Brasil, Corea del Sur o Tailandia. Entre ellos, gobiernos y agencias espaciales, empresas tecnológicas que exploran nuevos servicios y universidades o centros de investigación.

Nació con la vocación de abrir las puertas del espacio a empresas, gobiernos y centros de investigación de todo el mundo. La compañía, impulsada desde la Universidad de Vigo, diseña y fabrica pequeños satélites para misiones de comunicación, observación terrestre o IoT, con un modelo de negocio sólido que ya acumula un 100% de éxito en sus proyectos.

**Todas las misiones realizadas por Alén Space han logrado un 100% de éxito, consolidando su prestigio internacional**

El crecimiento de Alén Space ha sido vertiginoso. De las ocho personas que formaban el equipo inicial han pasado a más de 85 profesionales altamente cualificados. El perfil técnico es el más demandado, con especialistas en ingeniería aeroespacial, telecomunicaciones o desarrollo de software, pero la empresa apuesta por la diversidad y por el talento sin etiquetas.

“Buscamos a los mejores, convencidos de que el talento no entiende de edad ni de género”, subraya el CEO. La incorporación de talento y la delegación de funciones han sido clave para consolidar la estructura interna y afrontar la escalada de proyectos sin renunciar a la agilidad y a la calidad que caracterizan a la compañía.

## DE GALICIA AL ESPACIO: MISIONES CON ÉXITO

La historia de Alén Space es un ejemplo de cómo la apuesta por el conocimiento y la innovación puede situar a Galicia en el mapa del New Space internacional. Desde sus inicios, la compañía ha sabido aprovechar las oportunidades del sector espacial para desarrollar soluciones satelitales que hoy operan en más de 25 países.

Su capacidad para diseñar, fabricar y operar misiones espaciales de principio a fin, siempre con un cien por cien de éxito, les ha permitido consolidar una reputación basada en la excelencia y la fiabilidad.

Además de ofrecer proyectos llave en mano, Alén Space también comercializa componentes y subsistemas para satélites, así como estaciones terrenas. Una combinación que les sitúa como un actor relevante en una industria con enorme potencial de crecimiento y que sigue demostrando que desde Galicia se pueden liderar proyectos de alta tecnología con impacto global.

**Más de 60 clientes en 25 países confían en la tecnología satelital desarrollada por Alén Space desde Galicia**

### MIRANDO AL FUTURO: NUEVOS PRODUCTOS Y MERCADOS

Alén Space nació con vocación internacional y desde un primer momento trabajó con clientes de diferentes países, lo que supuso afrontar un gran reto: la adaptación a las normativas de cada país. A esto se suma la

necesidad de comprender las particularidades culturales, un aspecto fundamental a la hora de establecer relaciones de confianza y cerrar acuerdos.

“El desafío no es solo técnico, también es cultural; negociar o llegar a acuerdos requiere entender las formas de hacer las cosas en cada país”, apunta Lamelas. Su experiencia internacional ha fortalecido su capacidad para abordar proyectos globales, reforzando su posicionamiento en mercados estratégicos, especialmente en Europa.

Otro reto ha sido gestionar la expansión de las capacidades técnicas y humanas a la velocidad que exigía su crecimiento. Escalar sin perder calidad, mantener la excelencia sin renunciar a la flexibilidad de los primeros años, ha sido (y sigue siendo) uno de los principales retos. La solución ha pasado por la construcción de una estructura robusta, capaz de sostener la expansión, y por la incorporación de perfiles técnicos muy especializados, algo especialmente complejo en un sector tan competitivo.

El éxito de Alén Space no se explica sin las alianzas estratégicas y el respaldo financiero que les han acompañado desde sus primeras etapas. La Xunta, a través de la Axencia Galega de Innovación (GAIN) y del programa Ignicia, fue clave en la transición a la empresa que es hoy, del mismo modo que el Consorcio de la Zona Franca de Vigo, mediante la aceleradora ViaGalicia, jugó un papel fundamental en el impulso inicial.

En el ámbito privado, la confianza de fondos de capital riesgo como BeAble Capital o Innvierte (CDTI), así como la incorporación del socio industrial GMV, han sido determinantes en su crecimiento. En todos los casos, la prioridad no ha sido solo la inversión económica, sino también la alineación estratégica y la visión compartida de futuro.

**El equipo de Alén Space, con más de 85 profesionales, sigue creciendo y prevé superar los 100 empleados este año**

El horizonte de Alén Space sigue marcado por la innovación y la expansión. La compañía trabaja en el desarrollo de nuevos productos y soluciones, al tiempo que refuerza su presencia en mercados exteriores. Entre los objetivos a corto plazo, destaca la consolidación de su plantilla por encima de los 100 empleados y la generación de empleo técnico de calidad en Galicia.

“Nos enorgullece demostrar que desde Galicia se pueden liderar proyectos espaciales de alta tecnología y competir a nivel mundial”, afirma Lamelas. En Alén Space, el espacio no es ciencia ficción, es el presente y el futuro de una empresa que ha sabido convertir el conocimiento en innovación y la innovación en éxito empresarial.





Estefanía Soto, CEO de AuthUSB.



## AuthUSB refuerza la ciberseguridad industrial con soluciones únicas creadas desde Galicia

Fue durante una colaboración con Indra en 2017 cuando surgió la idea fundacional: un cliente necesitaba verificar que la información contenida en un USB no incluía amenazas antes de conectarlo a su sistema. Esa preocupación derivó en el desarrollo de SafeDoor, un sistema físico que protege frente a amenazas transferidas por dispositivos USB a nivel de hardware, eléctrico y software.

“Desarrollamos este producto porque sabíamos que la amenaza era real y las soluciones existentes no eran suficientes. Nuestra misión es proteger la infraestructura crítica desde el origen del acceso”, afirma Estefanía Soto, CEO de AuthUSB.

La compañía ha evolucionado para integrar nuevas capas funcionales en sus productos. SafeDoor ya no solo protege frente a amenazas, sino que ofrece trazabilidad, gestión, auditoría y automatización de procesos. Paralelamente, han desarrollado OLVIDO, un software de borrado seguro que permite eliminar datos y certificar su borrado tanto en entornos Windows como en Linux, en equipos ‘vivos’ como en aquellos que requieren un nuevo uso o destrucción final.

“Lo que comenzó como una respuesta técnica puntual, se ha convertido en una solución integral y altamente demandada en múltiples sectores estratégicos”, indica.

Su modelo de negocio se basa en la comercialización de estas soluciones en sectores clave como la industria, con clientes como Air Liquide o Acerinox, la administración pública, la defensa y las infraestructuras críticas. “Nuestros clientes necesitan garantías, fiabilidad y cumplimiento normativo. Nosotros ofrecemos tecnología validada y certificada tanto para la protección completa de los tres niveles de ataque que pueden producirse a través de dispositivos de almacenamiento USB como el borrado seguro de datos”, añade.

### CONSOLIDACIÓN, CRECIMIENTO Y NUEVOS RETOS

Pasar de startup a empresa consolidada no ha sido fácil. “El mayor reto fue no morir de éxito. Tuvimos que dimensionar la empresa al ritmo del crecimiento sin perder nuestra esencia”, explica Soto. Establecer procedimientos internos, mejorar los procesos de fabricación, controlar los stocks y, sobre todo, mantener la motivación del equipo fueron claves para avanzar.

Evitar ciberataques mediante dispositivos físicos parece una contradicción, pero es la base sobre la que AuthUSB ha creado un negocio tecnológico sólido y en expansión. Con soluciones como SafeDoor y OLVIDO, protegen desde el primer nivel el acceso a la información, aportando seguridad, trazabilidad, auditoría y eficiencia en el sector industrial, en las infraestructuras críticas, sector defensa y administración pública.

### SafeDoor bloquea ataques por USB en entornos sensibles como defensa o industria

Hoy, AuthUSB está formada por nueve profesionales con perfiles altamente especializados. “Cada persona está enfocada en un área concreta, lo que nos permite ser ágiles, eficientes y mantener una estructura ligera pero muy funcional”, detalla Soto. Su equipo combina juventud y experiencia, con edades entre 25 y 58 años y una paridad prácticamente equilibrada.

Una de sus prioridades ha sido la retención del talento. Tienen una tasa de rotación del 0%, lo que habla de un clima interno positivo y bien gestionado. “Creemos en delegar, en responsabilizar, en construir una cultura basada en la confianza y el propósito compartido”, apunta la CEO.

“Uno de nuestros mayores logros ha sido mantenernos fieles a nuestra esencia: desarrollar tecnología de alto nivel, pero también humana, orientada al cliente y a

## LOS DATOS, EL ACTIVO MÁS VALIOSO

En un mundo hiperconectado, proteger el dato en su origen se ha vuelto prioritario, ya que se han convertido en piezas con mucho valor. Las amenazas no solo llegan a través de la red: los dispositivos físicos como memorias USB son uno de los vectores de ataque más comunes y menos controlados en muchos entornos.

Ahí es donde AuthUSB marca la diferencia, en la capacidad de SafeDoor que actúa como única barrera de entrada para los dispositivos de almacenamiento USB dentro de las organizaciones, garantizando que lo que entra en un sistema es seguro y OLVIDO, por su parte, permite el borrado seguro certificado de datos, cumpliendo estándares legales y técnicos.

Estas soluciones son especialmente valoradas en sectores donde el error no es una opción: defensa, infraestructura crítica, industria o administración pública. La trazabilidad, el cumplimiento normativo y la automatización son parte de un ecosistema pensado para proteger el dato más allá del software tradicional.

**AuthUSB apuesta por el bienestar del equipo y la delegación como pilares de su crecimiento sostenible**

su seguridad”, y eso se ha visto tras la incorporación de socios estratégicos como Marine Instruments, VigoActivo y Xesgalicia en 2020, que fue decisiva. “Nos permitió consolidar clientes, profesionalizar la

estructura, contratar y producir a la escala que el mercado demandaba”, señala Soto. Además, la experiencia y visión de estos socios ha servido de palanca para afrontar nuevos desafíos.

La estrategia comercial también ha evolucionado, si en los primeros años buscaban partners para ampliar su alcance, ahora apuestan por relaciones más selectivas y profundas con integradores clave, lo que les ha permitido poseer una cartera de clientes de empresas internacionales referentes a nivel mundial.

Otra de las prioridades ha sido la validación independiente de sus soluciones. El esquema LINCE certifica que un producto ha superado exitosamente una evaluación de seguridad autorizada por el CCN, que actúa como organismo de certificación. LINCE es una de las vías para incluir el producto en el Catálogo de productos STIC español.

### MIRANDO AL FUTURO DE LA CIBERSEGURIDAD

Actualmente, la compañía trabaja en nuevos desarrollos. Su próximo hito es culminar la certificación Lince de varias versiones de OLVIDO, lo que permitirá ampliar su base de clientes en sectores donde la eliminación segura del dato es clave. Esta solución tecnológica facilita al usuario cumplir con la normativa de la destrucción de archivos con un sencillo clic. Al mismo tiempo, siguen apostando por el crecimiento del equipo, especialmente en perfiles de desarrollo, soporte y negocio.

La internacionalización ha sido fundamental; de hecho, comercializan SafeDoor

en empresas internacionales (francesas, americanas y alemanas, entre otras) y exploran nuevas oportunidades en países con necesidades específicas de ciberseguridad. Aunque las dificultades no han sido menores: conocer los mecanismos de importación, entender las culturas locales y garantizar los cobros son parte del día a día de su expansión.

**OLVIDO garantiza el borrado seguro y certificado de la información en múltiples sistemas y dispositivos**

“No se trata solo de vender fuera, sino de entender cómo funciona cada mercado y construir relaciones de confianza duraderas”, reflexiona Soto. Y añade: “Cada país tiene sus propias reglas, pero la necesidad de seguridad es universal”.

Además, recomiendan no tener miedo a fracasar, tomando como ejemplo a Thomas A. Edison: “Nuestra mayor debilidad radica en renunciar. La forma más segura de tener éxito es siempre intentarlo una vez más”. A esto añaden que es importante aprovechar los programas como ViaGalicia para adquirir conocimientos y el apoyo de profesionales en fases iniciales. “Al inicio, uno de los principales impulsores ha sido ser una de las empresas aceleradas en el Programa de Aceleración ViaGalicia, que nos aportó financiación y conocimientos”, concluye.





El equipo de BETA Implants.



## BETA Implants revoluciona la cirugía veterinaria con soluciones personalizadas y entrega en 24 horas

BETA Implants ha transformado el sector de los implantes veterinarios apostando por la personalización, la innovación y la rapidez en los tiempos de entrega. Con una propuesta única basada en la fabricación avanzada y el asesoramiento técnico, la compañía gallega ha logrado posicionarse como un referente en cirugía ortopédica y traumatológica para animales, consolidando su modelo de negocio B2B y expandiendo su presencia internacional.

La necesidad de mejorar la disponibilidad y personalización de implantes para cirugía veterinaria fue el punto de partida de BETA Implants. Detectaron una demanda clara entre los especialistas en ortopedia y traumatología veterinaria, que requerían productos de alta calidad, asesoramiento técnico especializado y, sobre todo, tiempos de entrega mucho más reducidos.

Bajo esta premisa, la empresa desarrolló un modelo de fabricación avanzada que combina ingeniería biomédica, personalización y una capacidad logística que permite entregar los productos en menos de 24 horas.

“El tiempo es un factor crítico en muchos procedimientos veterinarios. Ofrecer un implante personalizado en tan solo 24 horas

es una ventaja competitiva que nos permite marcar la diferencia”, señala Bibiana Rodiño, CEO de la empresa.

Este enfoque ha permitido a BETA Implants consolidar una sólida red de clientes formada por clínicas y hospitales veterinarios especializados en cirugía ortopédica, traumatológica y neuroquirúrgica, principalmente en España, pero también en mercados como Austria, Francia, México, Estados Unidos, Reino Unido o Italia, entre otros.

**BETA Implants realiza la entrega de implantes personalizados para cirugía veterinaria en menos de 24 horas**

En la actualidad, cuenta con una plantilla de 29 personas, con una media de edad de 27 años y un 59% de mujeres, una cifra que destaca especialmente en un sector tradicionalmente dominado por perfiles masculinos. La apuesta por la diversidad, la formación continua y la especialización técnica son algunas de las claves del éxito de la compañía.

BETA Implants ha convertido la necesidad de personalización y agilidad en la cirugía veterinaria en una oportunidad de negocio. Gracias a su modelo de fabricación avanzada, la startup gallega realiza la entrega de implantes personalizados en menos de 24 horas, ofreciendo además asesoramiento técnico integral y apostando por la innovación como motor de crecimiento y diferenciación en el mercado internacional.

“El talento es fundamental para nuestro crecimiento, por eso priorizamos la contratación de ingenieros biomédicos, especialistas en fabricación avanzada y expertos en logística”, destaca Bibiana Rodiño. Además, la estructura organizativa de BETA Implants se apoya en una gestión profesionalizada y en la delegación de funciones en mandos intermedios, lo que permite optimizar procesos y asegurar la eficiencia operativa.

### DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS EN LA EXPANSIÓN

La internacionalización es uno de los ejes estratégicos de BETA Implants. Actualmente, la empresa opera en México y ha iniciado la expansión a otros mercados europeos y latinoamericanos. No obstante, este proceso ha traído consigo importantes desafíos, como la adaptación a las normativas sanitarias de cada país o la necesidad de mantener su promesa de entrega en 24 horas fuera de España.

“La logística y la regulación son nuestros principales retos en la internacionalización. Para mantener la agilidad y la calidad, hemos optimizado nuestra cadena de suministro y colaboramos con operadores logísticos estratégicos”, afirma la CEO de la empresa. Este enfoque permite

## INNOVACIÓN Y PERSONALIZACIÓN PARA UN SECTOR EN AUGE

El sector de la traumatología y ortopedia veterinaria vive un momento de fuerte crecimiento, impulsado por el aumento del número de mascotas y la demanda de tratamientos especializados. En Europa se realizan más de dos millones de cirugías veterinarias al año, lo que ha incrementado la necesidad de implantes personalizados y de alta calidad.

Tendencias como la personalización de los implantes, el uso de tecnología 3D y materiales avanzados, la digitalización de la planificación quirúrgica y la expansión global marcan el futuro del sector. Un espacio en el que BETA Implants se posiciona como un referente en esta transformación, combinando rapidez, innovación y asesoramiento especializado para ofrecer soluciones a medida que mejoran los resultados quirúrgicos y la recuperación de los pacientes.

Gracias a su modelo de fabricación avanzada y a su capacidad logística, la empresa gallega realiza la entrega de implantes personalizados en menos de 24 horas, una ventaja competitiva clave para clínicas y hospitales veterinarios de todo el mundo.

La compañía cuenta con una plantilla joven, con una media de edad de 27 años y un 59% de mujeres

generar confianza y construir relaciones sólidas con distribuidores y clientes en nuevos mercados.

Ese crecimiento de BETA Implants ha estado respaldado por una estrategia de financiación mixta, combinando inversión privada y pública. Desde sus inicios, la empresa contó con el apoyo de programas como ViaGalicia (tercera edición), Vigo Activo, el Fondo Galicia Iniciativas Emprendedoras y ENISA. Estas alianzas no solo aportaron recursos económicos, sino también asesoramiento y acompañamiento en las distintas fases del crecimiento.

“La entrada de estos socios ha supuesto un impulso clave para nuestra expansión e innovación. Nos hemos centrado en buscar inversores que aporten valor más allá del capital, compartiendo nuestra visión y estrategia”, indica Bibiana Rodiño. La financiación ha permitido a la compañía desarrollar nuevas líneas de producto como ÉLITE, una gama avanzada de placas y tornillos con sistema de bloqueo mejorado, y participar en proyectos de I+D+i como IBEROS+.

### INNOVAR SIN PERDER LA ESENCIA

Mantener la calidad del producto y la agilidad en los procesos ha sido uno de los mayores retos en el paso de startup a empresa consolidada. Para ello, BETA Implants ha apostado por la digitalización y la optimización de la producción, apoyándose en almacenes estratégicos que facilitan la entrega rápida y eficiente de los productos.

Otro de los aspectos diferenciales es su modelo de soporte técnico integral, que acompaña a los veterinarios desde la planificación prequirúrgica hasta el posoperatorio, ofreciendo un valor añadido que fideliza a los clientes y consolida la reputación de la marca.

El futuro de BETA Implants pasa por seguir creciendo a nivel nacional e internacional. Entre sus objetivos se encuentran aumentar la presencia en hospitales veterinarios de alto nivel, consolidar relaciones con distribuidores estratégicos y reforzar su posicionamiento en América Latina y Europa. Además, continuará apostando por la innovación, con el desarrollo de nuevas técnicas quirúrgicas y productos personalizados.

En materia de empleo, la compañía tiene claro que la atracción y retención de talento especializado es una prioridad. Así seguirá apostando por la formación interna, la conciliación laboral y la creación de un entorno de trabajo diverso y equilibrado en género y edad. Además, seguirá desarrollando nuevas líneas de productos como ÉLITE e IBEROS+, lo que permitirá diversificar el catálogo y ofrecer soluciones cada vez más innovadoras y adaptadas a las necesidades del sector, consolidando así su ventaja competitiva.

Sin duda, el desarrollo de nuevas líneas de productos, la digitalización y la optimización de la cadena de suministro han sido elementos clave para garantizar la escalabilidad del negocio y mantener la calidad del servicio.





Fernando Gómez, CEO de Boardfy.

Boardfy nació para resolver una necesidad real: monitorizar precios y optimizar la estrategia comercial en e-commerce y marketplaces. Hoy, su tecnología ayuda a empresas de todos los tamaños a automatizar ajustes de precios y a mejorar la rentabilidad de su inversión publicitaria, consolidándose como una herramienta clave para competir en el dinámico mundo del comercio online.

# boardfy

## Tecnología para vender más y mejor: Boardfy optimiza precios y protege la estrategia comercial

El origen de Boardfy es el resultado directo de la experiencia de uno de sus fundadores, que, al gestionar un e-commerce, se dio cuenta de que ninguna herramienta del mercado respondía de manera eficaz a la necesidad de monitorizar precios de competidores y ajustar los propios en tiempo real. Así comenzó el desarrollo de una solución interna que, con el tiempo, se convertiría en una potente herramienta para cientos de negocios online.

La propuesta de valor de Boardfy se basa en facilitar al e-commerce de todos los tamaños la posibilidad de identificar competidores, monitorizar precios y optimizar inversiones publicitarias. Además, ofrece a las marcas la capacidad de detectar vendedores que incumplen los precios sugeridos por los fabricantes, protegiendo así la coherencia de su estrategia comercial.

La combinación de tecnología, automatización y un enfoque estratégico centrado en el cliente, ha creado la ecuación perfecta para contar con una gran capacidad de adaptación que le permite compartir proyectos con grandes multinacionales y con los pequeños e-commerce por igual.

### LA MEJOR ALIADA DEL ECOMMERCE

En un entorno digital donde la competencia es feroz y los precios fluctúan constantemente, la compra inteligente se ha convertido en un factor determinante para el éxito de cualquier tienda online. Disponer de herramientas que permitan conocer en tiempo real cómo se posicionan los precios de los productos frente a los de los competidores, facilita la toma de decisiones estratégicas y garantiza mayores oportunidades de ser más rentable. La capacidad de ajustar precios basándose en datos es clave para mejorar la eficiencia operativa y maximizar las oportunidades de venta sin perder competitividad.

“Ayudamos a que nuestros clientes vendan más y mejor, porque en el e-commerce cada euro cuenta y los precios cambian constantemente”, destaca Fernando Gómez, CEO de la compañía, que además explica que la solución que han desarrollado permite cambiar precios automáticamente en las tiendas online y marketplaces, lo que facilita a las empresas optimizar márgenes y competir de forma eficiente.

Entre los clientes que ya confían en Boardfy se encuentran desde pequeñas

tiendas online hasta grandes grupos como Tradeinn, con más de 555 millones de euros de facturación anual. Aunque su mercado principal es España, un 35% de la actividad ya es internacional, con presencia en varios países europeos y la mirada puesta en seguir creciendo fuera de nuestras fronteras.

**Boardfy ayuda al e-commerce a monitorizar precios de competidores y optimizar márgenes con automatización inteligente**

Actualmente, cuenta con un equipo de 14 personas y, a pesar de su marcado componente tecnológico, la cultura interna de la empresa está basada en la cercanía, la horizontalidad y la orientación al cliente. De hecho, sea cual sea el rol, todo el equipo está enfocado en la satisfacción del cliente.

El núcleo técnico de la empresa se ha ido consolidando desde los inicios, y gran parte del talento ha surgido de Galicia,

## SOLUCIONES PARA MAXIMIZAR VENTAS

Boardfy ofrece una completa suite de soluciones tecnológicas diseñadas para mejorar la competitividad de los ecommerce y las marcas en entornos altamente dinámicos. Para los comercios online, la plataforma permite monitorizar los precios de los competidores en tiempo real en cualquier mercado, aplicar estrategias de Price Intelligence para optimizar el posicionamiento y ajustar automáticamente los precios gracias a su sistema de Dynamic Pricing.

Además, el Optimizador de feeds facilita la generación de catálogos de productos optimizados, reduciendo el coste de adquisición y mejorando los resultados de las campañas de marketing.

En el caso de las marcas, permite vigilar los precios de los distribuidores, detectar variaciones del PVR (precio de venta recomendado) y comprender cómo se comporta el mercado. Gracias a su tecnología First-Mover, la plataforma ofrece alertas en tiempo real y análisis históricos, aportando inteligencia estratégica para la toma de decisiones. De este modo, han aunado la automatización de precios con una estrategia comercial inteligente.

La empresa apuesta por un equipo ágil, horizontal y orientado al cliente, con 14 profesionales altamente especializados

aunque el trabajo en remoto ha permitido también incorporar perfiles de otras zonas. “Nos hemos equivocado en algunas contrataciones y acertado en otras, pero la estructura horizontal y el tamaño del equipo hacen mucho más sencilla la gestión y la delegación de responsabilidades”, indica Fernando Gómez.

### ADAPTACIÓN CONSTANTE Y BÚSQUEDA DEL EQUILIBRIO

Desde el primer día, la internacionalización ha estado en la hoja de ruta de Boardfy. Aunque Europa ha resultado un mercado más accesible, Estados Unidos sigue siendo un objetivo complejo, especialmente sin presencia física allí. “El mayor desafío es entender la cultura de cada país. No es solo cuestión de idioma o regulación, es comprender cómo funcionan las relaciones comerciales en cada mercado”, apunta.

Esta sensibilidad cultural, junto a la búsqueda de alianzas estratégicas y distribuidores locales, es parte de la estrategia para consolidar la expansión internacional y aumentar el peso del negocio exterior, que la compañía quiere elevar hasta superar el 50% del total de las ventas.

El recorrido de Boardfy, que participó en la cuarta edición de ViaGalicia, ha pasado por diferentes fases. En el inicio, la prioridad era vender y conseguir liquidez, una situación que con el tiempo modificó el foco para ir hacia la optimización de

procesos y la mejora de la rentabilidad. Ahora, en plena fase de madurez de su producto core, el objetivo es ganar velocidad y escalar a través del desarrollo de nuevas soluciones.

“Cada etapa tiene sus dificultades y es importante entender que el mercado va muy rápido. Hay que estar siempre en adaptación continua”, asegura Fernando Gómez. Una reflexión que también aplica a la estructura financiera de la empresa. Tras una primera ronda de inversión de 280.000 euros, apoyada por financiación bancaria y un préstamo ENISA —que ya ha sido devuelto—, Boardfy ha financiado su crecimiento con las propias ventas, sin necesidad de nuevas rondas de inversión.

El próximo gran reto al que tendrán que hacer frente es el lanzamiento de una nueva solución tecnológica que complementará su producto original y permitirá ganar esa velocidad adicional que buscan. A esto se suma el objetivo estratégico de darle la vuelta al porcentaje de ventas, logrando que más del 51% de su facturación provenga de mercados internacionales.

En cuanto a la gestión de equipo, la compañía continuará apostando por la flexibilidad y la contratación de perfiles tecnológicos con foco en el cliente, adaptándose a las necesidades del crecimiento sin perder la esencia de cercanía y sencillez que les caracteriza.





David Conde, CEO de Coinscrap.



## Coinscrap Finance impulsa la hiperpersonalización financiera con inteligencia de datos y tecnología SaaS

Nació como una solución digital de ahorro basada en reglas automáticas, pero en la actualidad, Coinscrap Finance, es mucho más. La compañía gallega, que participó en la tercera edición de ViaGalicia, ha evolucionado hasta convertirse en un proveedor tecnológico de referencia para bancos y aseguradoras, ayudándoles a transformar datos transaccionales en conocimiento útil.

Gracias a sus soluciones, las entidades financieras pueden hiperpersonalizar la experiencia de sus clientes, mejorar el engagement y optimizar las tasas de conversión.

“Ahorrar es como ir al gimnasio, todos queremos los resultados, pero nos cuesta mantener el compromiso” explica David Conde, CEO de Coinscrap. Su idea inicial fue facilitar el ahorro a los usuarios mediante reglas automáticas y finanzas conductuales, funcionando en segundo plano y sin interrumpir la rutina diaria. Sin embargo, el modelo de negocio ha evolucionado de aquel enfoque B2C hacia un modelo 100% B2B.

La compañía opera bajo los más altos estándares de seguridad y confidencialidad, con certificación ISO 27001 y encriptación de datos. En cuanto a su propuesta tecno-

lógica se caracteriza por un tiempo rápido de comercialización gracias a productos de marca blanca, así como por la calidad de los datos, conectando con las principales entidades financieras a nivel global.

Con un enfoque que facilita la integración mediante APIs bien documentadas y actualizadas, Coinscrap Finance garantiza una experiencia fluida para los desarrolladores. Además, las soluciones que ofrecen son flexibles y permiten la implementación en la nube, en las instalaciones del cliente o bajo modelo SaaS, adaptándose a diferentes formas de consumo. Todo ello, sin necesidad de licencia PSD2, lo que simplifica la operativa y facilita la adopción de sus soluciones en múltiples mercados.

En este escenario, compañías como Coinscrap Finance permiten a las grandes entidades transformar los datos que generan sus usuarios en información capaz de anticipar comportamientos y personalizar servicios. Esta capacidad potenciada por la inteligencia artificial y la analítica avanzada se ha convertido en una de las grandes palancas de competitividad del sector.

Las fintech, además, han democratizado el acceso a servicios financieros innova-

Coinscrap Finance ha evolucionado de ser una app de ahorro a ser un proveedor tecnológico de referencia para los principales bancos y aseguradoras. Su software convierte los datos financieros en conocimiento útil, permitiendo a las entidades hiperpersonalizar la relación con sus clientes y mejorar la experiencia de usuario a través de soluciones innovadoras que combinan analítica avanzada e inteligencia artificial.

dores, facilitando la inclusión y la educación financiera, y contribuyendo a una mayor transparencia y eficiencia en los procesos. Coinscrap Finance, con su enfoque B2B, aporta esa capa de inteligencia que permite a las entidades ofrecer experiencias diferenciales en un entorno cada vez más competitivo.

**Coinscrap Finance convierte datos financieros en conocimiento útil para bancos y aseguradoras, mejorando la experiencia del cliente**

### LOS GRANDES ALIADOS

Su modelo de negocio actual se basa en la venta de licencias mensuales a bancos y aseguradoras por la integración de sus soluciones tecnológicas. La empresa tiene entre sus clientes a entidades como Santander, Unicaja, Bankinter, Abanca, Mapfre y Caser.

Tras una importante ronda de inversión en 2021, Coinscrap inició su proceso de internacionalización, con especial foco en

## TECNOLOGÍA PARA HUMANIZAR EL SECTOR FINTECH

Coinscrap Finance es el ejemplo del impulso que ofrece un programa como ViaGalicia, que les ha acompañado en el desarrollo de este proyecto con el que han sabido transformar la complejidad de los datos financieros en una herramienta eficaz para mejorar la relación entre las entidades financieras y sus clientes.

Gracias a su tecnología, bancos y aseguradoras pueden convertir grandes volúmenes de datos transaccionales en información accionable, mejorando la experiencia de usuario. La compañía ha dado el salto del modelo B2C a un B2B, posicionándose como un socio tecnológico de referencia en el sector fintech.

Además, uno de los grandes valores añadidos que aporta es la capacidad de ofrecer soluciones seguras, rápidas y adaptables a las necesidades de cada cliente. En el horizonte inmediato de la compañía está consolidar su expansión internacional, seguir creciendo en el mercado español y continuar desarrollando nuevos productos que integren la inteligencia artificial con la analítica financiera.

La compañía apuesta por un equipo joven, multidisciplinar y con fuerte presencia femenina en puestos de responsabilidad

Latinoamérica y Portugal. En la actualidad, la empresa ya tiene sede y personal en México y ha comenzado a cerrar contratos en mercados como Colombia y Perú, dando los primeros pasos sólidos en la región.

El equipo está formado por cerca de 30 personas, con una edad media de 30 años. Una de sus fortalezas es su equilibrio entre juventud, diversidad y especialización técnica, con cinco mujeres en puestos de responsabilidad y áreas clave como la científica. Los equipos de IT y Data Science son el corazón tecnológico de la compañía, encargados de desarrollar y perfeccionar las soluciones que ofrecen a sus clientes.

La atracción y retención del talento es una prioridad. Para ello, Coinscrap mantiene alianzas con varias universidades. Además, trabaja bajo metodología Scrum, promoviendo la autonomía de los equipos y la eficiencia a través de la coordinación por sprints.

### DE STARTUP A PROVEEDOR TECNOLÓGICO CONSOLIDADO

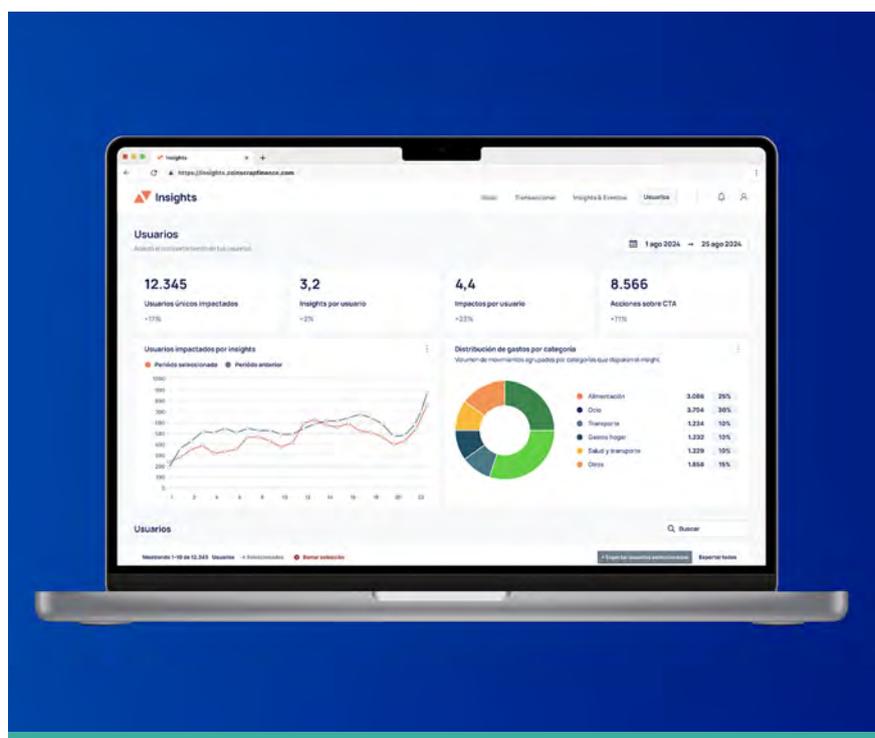
Como muchas startups, Coinscrap comenzó con recursos limitados y una pequeña estructura. Su crecimiento ha traído consigo nuevos desafíos, especialmente en la gestión del talento, la escalabilidad de las operaciones y la presión de ofrecer resultados a los inversores que apostaron por el proyecto.

La compañía ha financiado su crecimiento a través de diversas rondas de inversión, sumando business angels y fondos de venture capital a su accionariado, además de recurrir a financiación pública. Sin embargo, en la actualidad, su principal fuente de financiación son sus clientes.

El proceso de internacionalización, según desvela David Conde, "ha supuesto un reto comercial, ya que, en el sector financiero ganarse la confianza de los bancos es esencial, y eso lleva tiempo". En España, la empresa cuenta con un fuerte reconocimiento, pero entrar en nuevos mercados como México, Colombia o Perú ha requerido construir esa confianza desde cero.

Uno de los cambios más significativos en su historia ha sido el paso de un modelo B2C, basado en las comisiones por la venta a usuarios particulares, a un modelo SaaS B2B centrado en licencias tecnológicas para grandes corporaciones.

Esta transformación les ha permitido enfocarse en el desarrollo de productos altamente escalables, ajustados a las necesidades del sector. Actualmente, Coinscrap trabaja en la mejora continua de su motor de categorización y en la incorporación de capacidades de IA generativa a sus soluciones, lo que les permitirá seguir ofreciendo un valor diferencial a sus clientes.





Sergio Sampedro, fundador de Emsamble.



## Emsamble apuesta por la construcción industrializada sin renunciar a diseño ni calidad arquitectónica

Emsamble ha surgido con el objetivo de transformar el sector de la construcción desde la innovación, apostando por la industrialización como vía para lograr mayor eficiencia, optimizar recursos y mejorar los tiempos de ejecución sin sacrificar la calidad arquitectónica. La empresa ofrece servicios llave en mano, especializados en arquitectura premium y proyectos a medida en ámbitos como el residencial, turístico o dotacional.

El proyecto tiene sus raíces en la experiencia de su fundador, Sergio Sampedro, y sus socios en el ámbito de la arquitectura y la construcción. Conscientes de las ineficiencias históricas del sector como la incertidumbre en los precios, los retrasos en los plazos o el uso ineficaz de materiales decidieron apostar por una solución basada en la industrialización y la prefabricación. Eso sí, sin perder de vista el diseño y la calidad, aspectos muchas veces relegados en estos procesos.

“El reto era conseguir que la industrialización no significase renunciar a la arquitectura”, explica Sampedro, y así nació Emsamble, que desde sus inicios apostó por la construcción industrializada como una fórmula para garantizar eficiencia, sostenibilidad y diseño en cada uno de sus proyectos.

Su modelo se basa en ofrecer un servicio integral que abarca desde el diseño hasta la ejecución, bajo un esquema llave en mano.

### CONSTRUIR CON EFICIENCIA Y DISEÑO

El equipo humano es uno de sus pilares fundamentales. Actualmente, la empresa cuenta con 26 empleados, con perfiles muy ligados a la arquitectura, la ingeniería y la construcción, todos ellos implicados en ofrecer proyectos de alta calidad.

**El crecimiento de la empresa ha sido orgánico, financiado con recursos propios, sin la incorporación de nuevos socios**

“El talento ha sido uno de los factores determinantes en nuestro crecimiento, en nuestro caso le damos mucho valor al equipo, tanto a las nuevas incorporaciones como al personal de la casa”, subraya Sergio Sampedro, destacando la importancia de la selección y la gestión de personas como una prioridad estratégica. Este compromiso se traduce en un esfuerzo por am-

Reducir la incertidumbre en precios y plazos, minimizar el despilfarro de materiales y garantizar la calidad en cada proyecto. Con esa visión nació Emsamble, una compañía especializada en construcción industrializada que ofrece servicios llave en mano de diseño y edificación, combinando la eficiencia de la prefabricación con el compromiso por la excelencia arquitectónica. Su propuesta desafía la idea de que la industrialización implique renunciar al diseño o a la calidad.

pliar el equipo, así como en la progresiva delegación de funciones a medida que la estructura de la empresa crece.

En un sector como el de la construcción, donde la captación y retención de talento especializado es cada vez más compleja, Emsamble apuesta por consolidar un equipo sólido y comprometido, capaz de liderar la transformación del sector desde la innovación y la eficiencia.

A diferencia de otras startups que recurren a rondas de financiación o a la incorporación de nuevos socios, Emsamble ha apostado por un crecimiento orgánico, autofinanciado con recursos propios. Esto les ha permitido avanzar a su ritmo, manteniendo el control sobre el desarrollo del proyecto y reforzando su independencia estratégica.

Durante este proceso y desde su participación en la quinta edición de ViaGalicia, la compañía ha ido afinando su modelo de negocio hacia la especialización en arquitectura premium. Esta apuesta por el diseño y la calidad ha consolidado su posicionamiento en proyectos residenciales, turísticos, dotacionales y auxiliares a la industria, trabajando tanto para particulares como para empresas.

## CLAVES PARA INNOVAR EN CONSTRUCCIÓN INDUSTRIALIZADA

Desde su experiencia en el sector de la arquitectura y la construcción, el equipo de Emsamble destaca tres pilares esenciales para impulsar un proyecto de éxito: pasión, innovación y talento. Empezar en una industria tan competitiva requiere compromiso total y una gran dosis de constancia, pero también una apuesta decidida por la innovación con propósito, entendida no solo como la incorporación de tecnología, sino como la búsqueda de soluciones reales que aporten valor y diferenciación al mercado.

Emsamble combina estos principios con las ventajas de la construcción industrializada, una metodología que permite reducir los plazos de ejecución, optimizar el uso de materiales y garantizar la calidad final gracias a procesos controlados. Este modelo facilita también la eficiencia energética y una mejor gestión de los recursos, elementos cada vez más demandados en un sector en plena transformación. El equipo, sólido y comprometido, es la base que sostiene esta apuesta por la innovación y el crecimiento sostenible.

Entre sus retos de futuro destacan la inversión en eficiencia energética, innovación tecnológica y desarrollo de edificación en altura

Uno de sus aspectos diferenciales es su enfoque integral, basado en un modelo de servicio llave en mano. Este tipo de proyectos se caracteriza por ofrecer al cliente un paquete completo que abarca desde la concepción y el diseño arquitectónico hasta la ejecución y entrega final. En otras palabras, la empresa asume la responsabilidad de todo el proceso, liberando al cliente de las gestiones asociadas a la construcción y garantizando que cada fase sea supervisada y ejecutada por profesionales especializados.

La principal ventaja de este modelo es la tranquilidad que aporta a los clientes, que pueden confiar en que el proyecto será gestionado de forma eficiente y con los más altos estándares de calidad. El equipo de Emsamble trabaja de manera coordinada para asegurar el cumplimiento de plazos, el control de costes y la excelencia en cada detalle del proyecto.

Esta metodología, combinada con la tecnología, es clave para responder a las nuevas demandas del mercado, que reclama proyectos sostenibles, rápidos de ejecutar y sin renunciar a los altos estándares de diseño y calidad.

### DESAFÍOS Y OBJETIVOS DE FUTURO

Emsamble ha tenido que afrontar las tensiones derivadas del crecimiento: recursos escasos, procesos en adaptación y la necesidad de dimensionar el equipo para responder a los nuevos retos. La solución, explica su director, ha estado en el esfuerzo colectivo y en la apuesta por la incorpora-

ción progresiva de talento que permita absorber esa demanda creciente.

La construcción industrializada o construcción offsite es una de las grandes tendencias del sector a nivel global. Según diversos informes de la industria, este tipo de soluciones permite reducir los plazos de ejecución hasta un 50% y optimizar los recursos materiales en torno a un 30%, al tiempo que mejora la calidad de los acabados gracias a procesos controlados. Esta apuesta responde a las nuevas demandas de eficiencia energética y sostenibilidad que marcan el futuro del sector.

La empresa cuenta con 26 empleados, con perfiles muy ligados a la arquitectura, la ingeniería y la construcción

Teniendo en cuenta estas previsiones, Emsamble tiene claro que la innovación seguirá siendo el eje de su estrategia. Así, entre sus próximos retos destacan la inversión en nuevas tecnologías orientadas a la eficiencia energética, la mejora del producto y la optimización de procesos. Cabe destacar que ha empezado a trabajar ya en el desarrollo de nuevos productos, como la edificación en altura, con el objetivo de diversificar su oferta y ampliar su catálogo de soluciones constructivas.





Noelia López, CEO de Envita.

**envita**<sup>®</sup>  
Cada vida, una historia

## Envita impulsa un nuevo modelo de atención a las personas mayores innovando para humanizar

Con la tecnología como aliada y la humanización como propósito, Envita ha creado una herramienta que ayuda a transformar la atención a las personas mayores. Su modelo BaaS (Biography as a Service) permite que cada historia personal se convierta en el eje del cuidado, combinando innovación tecnológica, formación y acompañamiento a los profesionales del sector.

La atención a las personas mayores está viviendo una profunda transformación, evolucionando hacia formas de cuidado donde la persona, su identidad, su historia y su proyecto de vida son el centro.

En ese contexto surge una startup gallega impulsada por la sexta edición de ViaGalicia, Envita, que apuesta por cambiar la mirada en el sector de los cuidados a través de la tecnología y la innovación social. Su propuesta, basada en la digitalización de la historia de vida y en la creación de herramientas para personalizar la atención, impulsa un cambio de paradigma: cuidar desde quiénes somos, no solo desde lo que necesitamos.

### TECNOLOGÍA PARA HUMANIZAR EL CUIDADO

Envita nace del convencimiento de que el cuidado puede y debe ser más humano.

Lo que comenzó como una trayectoria profesional en marketing se convirtió en un propósito vital para su fundadora, quien tras una década trabajando en consultoría de metodologías de atención centrada en la persona, detectó que las organizaciones necesitaban herramientas que les permitieran llevar a la práctica diaria ese enfoque centrado en la identidad personal.

«Nuestro reto no es solo ofrecer una solución tecnológica, sino contribuir a transformar la manera en la que cuidamos. Queremos que la historia de vida de cada persona sea el hilo conductor de la atención, que quienes cuidan puedan ver más allá de la dependencia y conectar con lo que hace única a cada persona», explica Noelia López, CEO de Envita.

Bajo esta premisa, desarrolla soluciones tecnológicas que ayudan a integrar la biografía de cada usuario en los procesos de cuidado. Su modelo de negocio, que definen como BaaS (Biography as a Service), ofrece una plataforma bajo modelo SaaS que permite a residencias, centros de día, servicios de ayuda a domicilio y otras organizaciones del ámbito sociosanitario incorporar la historia personal como parte activa de la atención. Esta propuesta se

Envita nació para transformar el cuidado de las personas mayores, situando su historia de vida en el centro de la atención. Con tecnología, innovación social y formación, esta startup gallega impulsa un modelo de cuidado más humano y personalizado, donde la identidad de cada persona guía los procesos y permite construir relaciones más cercanas, respetuosas y significativas.

complementa con formación, evaluación de impacto y el Certificado ACP+, que refuerza el compromiso de las entidades con el cuidado humanizado.

**Envita impulsa un modelo de cuidado basado en la historia de vida y la identidad personal**

### INNOVACIÓN SOCIAL CON PROPÓSITO

Envita construye su propuesta sobre la base de la innovación social. Su objetivo no es solo digitalizar procesos, sino transformar la forma de acompañar y cuidar. Por eso, trabajan en estrecha colaboración con residencias, asociaciones de familiares, administraciones públicas y fundaciones, cocreando soluciones que respondan a las necesidades reales del sector.

El equipo, formado por nueve personas (el 88% mujeres), combina perfiles de psicología, gerontología, tecnología y diseño, todos ellos con una fuerte orientación hacia la innovación social. Esta diversidad es clave para

## TECNOLOGÍA PARA RECORDAR QUIÉNES SOMOS

El cuidado humanizado requiere conocer y respetar la historia de vida de cada persona. Envita desarrolla soluciones que permiten que cada usuario sea visto, escuchado y acompañado desde su identidad y sus recuerdos, integrando esta información en los procesos de atención.

Así, su plataforma Envita Stories permite crear biografías digitales que se convierten en herramientas vivas para el trabajo diario de los profesionales del sector sociosanitario; «damos un paso más en la personalización del cuidado, incorporando inteligencia artificial para adaptar las propuestas a las particularidades y preferencias de cada persona», afirma Noelia López.

A través de un modelo BaaS (Biography as a Service), combina tecnología, formación y evaluación de impacto, impulsando un cambio de paradigma en el cuidado: situar a las personas en el centro, más allá de la patología o la dependencia. Una propuesta que demuestra que la innovación y la tecnología también pueden ser profundamente humanas.

**Su tecnología combina digitalización, formación y evaluación de impacto para transformar la atención sociosanitaria**

desarrollar una herramienta que no solo sea funcional, sino que conecte con las emociones y las realidades de quienes la utilizan.

Como muchas startups de impacto, Envita ha enfrentado los retos de crecer sin perder la cercanía ni su propósito original. Consolidar el equipo, profesionalizar los procesos internos y diseñar una estrategia de escalabilidad compatible con el alma del proyecto han sido sus grandes desafíos.

Así, la compañía ha ido añadiendo capas de valor a su tecnología, desarrollando funcionalidades, metodologías y recursos que responden a realidades diversas. «No es lo mismo acompañar a una familia que busca una experiencia emocional y participativa, que a una residencia que necesita formar a su equipo e incorporar metodologías de atención centrada en la persona», señala López.

La incorporación de socios estratégicos como Xesgalicia, Vigo Activo y el fondo de impacto Ship2B les ha permitido fortalecer su estructura y acelerar el desarrollo tecnológico. Más allá del apoyo financiero, Envita destaca la importancia de contar con aliados que compartan su visión de generar un impacto social positivo.

### ESCALAR SIN PERDER EL ALMA

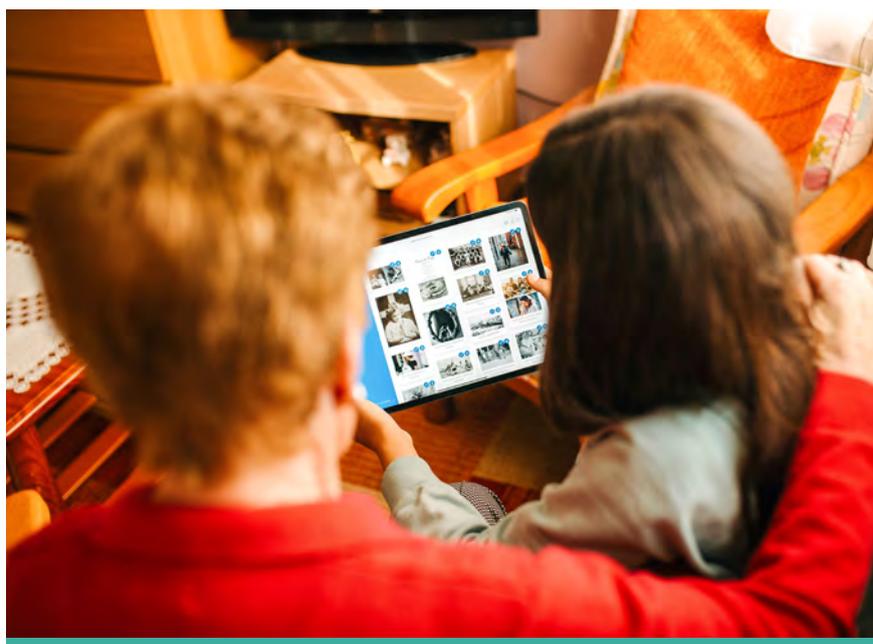
Otro de sus mayores retos ha sido demostrar el valor de lo intangible: el impacto emocional del cuidado basado en la historia de vida. Para ello, la compañía ha apostado por la evidencia científica, liderando junto a la

Universidad de Santiago de Compostela y el grupo DomusVi un ensayo clínico pionero y validando su escala MeVes con la Universidad Internacional de Valencia. Esta apuesta por la investigación refuerza la credibilidad de su propuesta y aporta solidez a su modelo.

A medida que Envita ha ido creciendo, también ha evolucionado su propuesta de valor. Si en sus inicios la herramienta se centraba en la creación de libros de vida como puente emocional entre la persona y su entorno, hoy su plataforma Envita Stories integra funcionalidades más avanzadas, incluyendo inteligencia artificial para personalizar aún más la atención.

**Con el apoyo de fondos de impacto, Envita escala su solución sin perder el propósito que dio origen al proyecto**

Además de fortalecer su presencia en España, la empresa trabaja para abrir nuevas vías de colaboración con entidades especializadas en Alzheimer y explorar mercados internacionales donde el envejecimiento y la apuesta por modelos centrados en la persona son una prioridad. Entre sus lanzamientos destacan “El museo de mi vida”, una iniciativa lúdica para trabajar la historia personal en centros y hogares, y la nueva versión de su plataforma Stories con funcionalidades mejoradas.





Elio López, CEO de Innogando.



## La revolución inteligente del campo: datos, bienestar animal y ganadería “conectada”

La revolución tecnológica también ha llegado al campo. Y si algo tiene claro Innogando es que el futuro del sector agropecuario pasa por la digitalización, la eficiencia y el bienestar animal. Esta startup gallega, que participó en la sexta edición de ViaGalicia, nació precisamente con la misión de cerrar la brecha entre la tecnología y el mundo ganadero, aportando soluciones innovadoras que permiten a los profesionales del sector gestionar sus explotaciones de manera más eficaz y con mayor control.

La idea de negocio surgió de una necesidad real detectada en el día a día de las explotaciones: mejorar la eficiencia y las condiciones del ganado mediante el uso de la tecnología. “Observamos que había una gran oportunidad para aplicar soluciones digitales que ayudasen a los ganaderos a optimizar su trabajo, aportándoles tranquilidad y seguridad”, señala Elio López, CEO de Innogando.

A partir de esta premisa, diseñó un modelo basado en la venta de dispositivos inteligentes combinados con una plataforma de gestión por suscripción. Este sistema permite monitorizar en tiempo real el comportamiento del ganado, facilitando la toma de decisiones y anticipando posibles inci-

dencias en los animales, algo fundamental para garantizar tanto la rentabilidad como la calidad de vida en las explotaciones.

Desde sus primeros pasos en Galicia, la compañía ha crecido de manera constante, ampliando su ámbito de actuación a toda España. En la actualidad cuenta con presencia física en diferentes territorios a través de su red comercial y ha comenzado a abrir mercado en América Latina y Europa Central, dos regiones donde la demanda de soluciones agrotech está en pleno auge. Sus principales clientes son ganaderos profesionales, cooperativas y grandes explotaciones agropecuarias que buscan incorporar tecnología avanzada para optimizar sus procesos productivos y mejorar la gestión del bienestar animal.

### CONQUISTANDO EL SECTOR AGROTECH

El equipo de Innogando está formado actualmente por 28 personas con perfiles diversos, tanto en edad como en género y especialización. La plantilla incluye ingenieros/as informáticos y agrónomos, especialistas en inteligencia artificial, veterinarios/as y personal de atención al cliente. “Apostamos por la diversidad y la formación continua y contamos con profe-

Innogando ha convertido la tecnología en aliada del campo. La startup gallega desarrolla dispositivos inteligentes y plataformas digitales para mejorar la eficiencia de las explotaciones ganaderas y garantizar el bienestar animal. Con una clara vocación internacional y un equipo joven y diverso, la empresa afronta nuevos retos basados en la expansión, la innovación y la inteligencia artificial.

sionales desde los 24 hasta los 50 años, todos con formación superior y una gran motivación por aportar valor al proyecto”, destaca Elio López. Esta combinación de experiencia y juventud es uno de los pilares del crecimiento de la empresa.

**Innogando apuesta por la digitalización y la innovación como claves para mejorar la eficiencia ganadera**

En el ámbito de la gestión de talento, la compañía lo tiene claro: rodearse de los mejores profesionales es una necesidad, no un lujo. Por eso, aplican procesos de selección muy cuidadosos en los que valoran tanto la capacidad técnica como la alineación con los valores de la empresa. Además, apuestan decididamente por el talento joven, confiando en la formación y la implicación como motores de crecimiento. La delegación de funciones se ha realizado de forma progresiva, fomentando la confianza y la formación interna para que cada perso-

## LA REVOLUCIÓN DE LA TECNOLOGÍA PREDICTIVA

Innogando avanza en el desarrollo de nuevas funcionalidades basadas en inteligencia artificial (IA) para transformar la forma en la que los ganaderos cuidan de sus animales. Gracias a la monitorización continua de los dispositivos inteligentes y al análisis de grandes volúmenes de datos, la empresa está diseñando herramientas capaces de detectar patrones de comportamiento anómalos que pueden ser indicio de enfermedades o situaciones de estrés en el ganado. Esta capacidad de anticipación permite actuar antes de que los problemas de salud se agraven, facilitando una intervención veterinaria más eficaz y reduciendo el uso de tratamientos agresivos o antibióticos.

El uso de IA aplicada a la ganadería no solo mejora el bienestar animal, sino que también ayuda a optimizar los costes y la productividad de las explotaciones, aportando información precisa para la toma de decisiones. Innogando apuesta por esta línea de innovación como uno de los pilares estratégicos para seguir liderando la digitalización del sector.

La startup gallega combina hardware, software y analítica avanzada para ofrecer soluciones de alto valor

na pueda asumir nuevas responsabilidades y aportar lo mejor de sí misma al equipo.

La internacionalización es otra de las grandes apuestas estratégicas ya que disponen de una solución que mejora los resultados de las explotaciones ganaderas de cualquier lugar del mundo. Elio López, reconoce que abrir nuevos mercados supone importantes desafíos, especialmente a la hora de encontrar canales de distribución fiables y adaptarse a las particularidades de cada país. “El acompañamiento local y el soporte postventa son claves para generar confianza en mercados tan diversos, además de que contamos con un producto que da resultados”, señala.

### DIGITALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD PARA EL FUTURO

En cuanto a su modelo de negocio, Innogando ha evolucionado desde la venta directa de dispositivos hacia una fórmula más diversificada, basada en la combinación de hardware, suscripciones SaaS y servicios de valor añadido como la analítica avanzada de datos. Esta apuesta por la recurrencia y la fidelización de los clientes permite a la compañía garantizar la sostenibilidad de su modelo y seguir aportando soluciones innovadoras que respondan a las necesidades reales del sector.

El crecimiento de la compañía ha venido acompañado de dificultades como cuellos de botella en la producción, problemas de escalabilidad tecnológica y momentos de saturación del equipo. Para superarlos,

Innogando ha optado por anticiparse a los problemas, profesionalizar las operaciones y tomarse el tiempo necesario para ajustar los procesos cuando ha sido preciso, sin miedo a parar para mejorar.

El proyecto ha contado con una combinación de inversión privada y financiación pública, además de la participación en programas de aceleración como ViaGalicia, lo que ha permitido a la empresa crecer de manera sostenida y con una base sólida, evitando la dependencia de una única fuente de recursos.

Entre los retos de futuro destacan la consolidación en Europa, la entrada con fuerza en América Latina y el desarrollo de nuevas funcionalidades basadas en inteligencia artificial, con el objetivo de anticipar enfermedades en el ganado y facilitar la toma de decisiones a los ganaderos. Además, la compañía planea reforzar su equipo comercial para impulsar la captación de nuevos clientes y seguir avanzando en su proceso de internacionalización.

Respecto al futuro del sector, destacan la digitalización, la sostenibilidad y la trazabilidad, que serán las grandes palancas de transformación en los próximos años. Las explotaciones que no apuesten por la tecnología tendrán cada vez más dificultades para mantenerse competitivas. Por eso, en Innogando continúan desarrollando soluciones para ser parte activa de ese cambio y contribuir a una ganadería más eficiente, responsable y conectada.





Noelia y Rubén Gil, equipo fundador de ACRE.



**VIG-SEC DRONE**

## Tecnología para liderar el aire y asegurar el terreno en operaciones críticas y emergencias

El uso simultáneo de drones y aeronaves tripuladas plantea grandes retos de seguridad y coordinación, una situación que la empresa VigsecDrone ha convertido en propuesta de valor. Para ello, han diseñado una solución tecnológica capaz de resolver el conflicto aéreo en operaciones críticas, gracias a un algoritmo propio y a una plataforma de gestión que integra visualización, control de flotas y toma de decisiones en tiempo real. Su lema lo resume todo: “Lideramos el aire, aseguramos el terreno”.

El proyecto surge en 2020, fruto de la experiencia de su equipo fundador en operaciones militares y de emergencia en la que identificaron una carencia crítica: la imposibilidad de coordinar de forma segura el uso simultáneo de drones y aeronaves tripuladas en entornos operativos reales. El problema no era menor, la falta de convivencia segura limitaba la eficacia de muchas intervenciones de seguridad y emergencias.

“Detectamos una necesidad crítica en operaciones reales: no existía un sistema que permitiera coordinar de forma segura el vuelo conjunto de drones y aeronaves tripuladas. Nuestro objetivo fue claro: diseñar una solución tecnológica que resolviera ese conflicto aéreo con rigor, inte-

ligencia y operatividad”, explica Rubén Gil, CEO de la compañía.

La solución fue desarrollar una plataforma tecnológica con un potente algoritmo propio y un ciclo de deep learning que permite aprender y mejorar los modelos de deconflicción. Así nació Suite ACRE, una plataforma capaz de gestionar el espacio aéreo y las flotas, visualizando operaciones en tiempo real y garantizando la seguridad entre sistemas tripulados y no tripulados.

No se trata solo de un software: es una propuesta que redefine cómo se estructura y protege el espacio aéreo en situaciones críticas, desde emergencias naturales hasta operaciones de vigilancia, su tecnología permite mantener el control y la coordinación sin comprometer la seguridad.

“Queríamos algo que funcionara incluso en los entornos más exigentes, donde un segundo de retraso o una mínima interferencia pueden suponer una diferencia crítica”, añade Rubén Gil.

Actualmente, el modelo de negocio de la compañía combina la venta de licencias del software, servicios operativos, incluyendo formación, consultoría y despliegue de ope-

Nacida en 2020, esta startup que participó en la séptima edición de ViaGalicia, ha desarrollado una solución tecnológica pionera que permite la convivencia segura entre aeronaves tripuladas y drones en operaciones complejas. Su plataforma Suite ACRE facilita la gestión del espacio aéreo en tiempo real, integrando software, servicios operativos y proyectos estratégicos, con la innovación y la seguridad como señas de identidad.

raciones aéreas complejas y el desarrollo de proyectos estratégicos en puertos, infraestructuras críticas y entornos industriales.

**Suite ACRE facilita la gestión segura del espacio aéreo, integrando aeronaves tripuladas y drones**

### SUS GRANDES CLIENTES

Su cartera de clientes está formada por administraciones públicas (seguridad, emergencias, protección civil), infraestructuras críticas como puertos, energía o logística, y empresas tecnológicas que necesitan soluciones avanzadas para la gestión del espacio aéreo. Aunque España es su mercado principal, la empresa ha comenzado a explorar proyectos en América Latina (Chile) y Europa.

Para Rubén Gil, el principal desafío es “la adaptación a los marcos regulatorios de cada país y la implantación de tecnología en territorios con infraestructuras de conectividad limitadas. No todos los cielos están igual de preparados para el futuro, pero nosotros sí”.

## HACIA UN CIELO MÁS SEGURO Y CONECTADO

El sector de los sistemas aéreos no tripulados (UAS) vive una transformación clave. La integración de drones y aeronaves tripuladas, la automatización y la conectividad aérea segura son las tendencias que marcarán su evolución futura. Normativas más exigentes, demanda creciente de automatización y la consolidación de tecnologías UTM (gestión de tráfico no tripulado) impulsan la necesidad de soluciones como Suite ACRE.

La aparición de drones autónomos con respuesta en tiempo real, la aplicación de redes 5G y satelitales para comunicación aérea, y el desarrollo de espacios aéreos inteligentes en los que humanos y máquinas cooperen de forma natural, definirán el futuro del sector. Esta startup se posiciona como actor relevante en ese proceso aportando tecnología, conocimiento y visión estratégica para garantizar operaciones seguras, eficientes y coordinadas. Además, están trabajando en una nueva capa de servicios centrada en el análisis predictivo, que permitirá anticipar comportamientos y riesgos en tiempo real mediante inteligencia artificial.

La startup apuesta por la innovación y la seguridad como claves para transformar el sector de los sistemas aéreos no tripulados

El equipo está formado por 14 personas con perfiles altamente especializados desde pilotos de helicópteros, operadores de UAS, ingenieros en telecomunicaciones, aeronáutica y software, físicos y expertos en ciberseguridad. La edad media está entre los 28 y los 41 años, y aunque solo el 15% del equipo son mujeres, la empresa trabaja activamente para aumentar la representación femenina en el sector.

Cuentan con una asentada cultura corporativa que se basa en una combinación de agilidad, exigencia y compromiso con la innovación. El equipo opera en células multidisciplinares con gran autonomía, lo que acelera la toma de decisiones y permite una rápida adaptación a los cambios.

Otra de sus características es que ofrecen soluciones adaptadas a cada cliente y destacan por su capacidad de respuesta. De hecho, ya han demostrado en diferentes simulaciones y proyectos piloto su habilidad para desplegar tecnología de forma ágil en entornos operativos con condiciones complejas. Esta flexibilidad operativa, unida al dominio tecnológico, los posiciona como un aliado clave para gobiernos y grandes corporaciones en la transición hacia un espacio aéreo más inteligente.

### DE LOS SERVICIOS OPERATIVOS AL SAAS

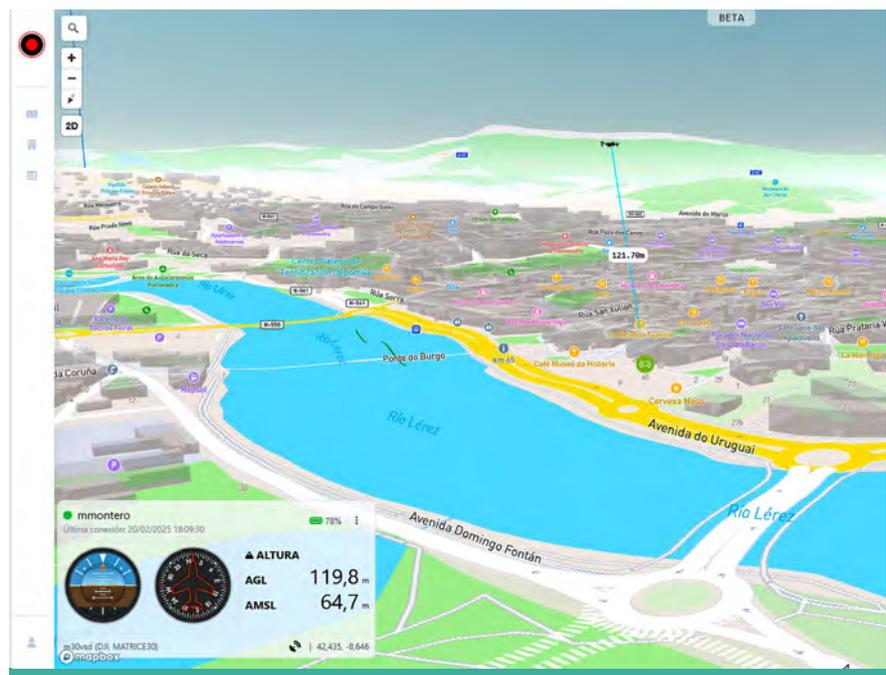
Escalar sin perder el ADN innovador ha sido uno de los grandes retos para la compañía. Aprender a decir “no” a pro-

yectos que podrían desviar su foco estratégico, como trabajos del sector audiovisual, ha sido esencial para preservar su visión y misión. Así, una de las claves de su crecimiento ha sido contratar profesionales que superen a los fundadores en sus áreas de especialidad, delegar con confianza y fomentar la autonomía en la toma de decisiones.

El crecimiento se ha financiado con fondos propios en las primeras fases, apoyándose en subvenciones públicas para innovación tecnológica y, actualmente, buscando capital estratégico que aporte no solo inversión, sino también valor añadido en esta fase de madurez acelerada.

En sus inicios, ofrecían servicios operativos que poco a poco han derivado en que la plataforma Suite ACRE sea el corazón de su propuesta: una solución SaaS escalable y adaptable, que permite integraciones específicas y proyectos llave en mano para verticales industriales y de seguridad cada vez más amplios.

Entre sus próximos pasos figuran la expansión de la Suite ACRE en nuevos mercados europeos y latinoamericanos, el refuerzo del equipo con talento especializado en IA, ciberseguridad y sistemas aéreos autónomos, y el lanzamiento de ACRE On Board, una evolución de su tecnología que permitirá la gestión autónoma de conflictos a bordo de los drones en tiempo real.





Jordán Díaz, CEO de Vancubic.



## Vancubic, libertad sobre ruedas con tecnología modular y visión sostenible

Viajar con libertad y confort es cada vez más fácil gracias a Vancubic, la empresa que ha transformado el sector de la camperización con un sistema modular inteligente, rápido de instalar y altamente funcional. Desde su nacimiento, apuesta por la innovación, el diseño práctico y una clara vocación internacional.

La idea nació de una pasión común entre sus fundadores: viajar sin renunciar a la comodidad ni al diseño, pero pronto detectaron un vacío en el mercado. La camperización tradicional era costosa, lenta y poco flexible. Así nació un concepto nuevo: módulos camper inteligentes, de instalación rápida, que convierten cualquier furgoneta en un hogar sobre ruedas en cuestión de minutos. La propuesta se centra en un modelo plug-and-play que permite al usuario colocar, usar y desmontar el sistema sin herramientas ni conocimientos técnicos. Se trata de una solución accesible, funcional y con alto valor añadido. "Nuestro objetivo es facilitar la vida en movimiento sin complicaciones, con diseño y tecnología propia que aporte soluciones reales", explica Jordán Díaz, CEO de Vancubic.

El modelo de negocio combina diseño, fabricación y venta directa, así como una

creciente red de distribución en mercados europeos clave. La empresa se ha convertido en pionera en camperización modular completa para furgonetas de gran volumen.

Así, disfrutan de esta solución desde aventureros y deportistas hasta familias y nómadas digitales, junto a usuarios profesionales que transforman sus vehículos industriales en campers para el fin de semana, lo que amplía su mercado potencial.

Actualmente, la empresa opera en España y se ha expandido con fuerza en países como Francia, Suiza, Holanda, Bélgica y Polonia. Cada día reciben más consultas de otros territorios, prueba de que la movilidad flexible es una tendencia en alza.

Además, muchos de sus nuevos clientes se sienten atraídos por la posibilidad de transformar su vehículo en un espacio habitable sin obras permanentes. Esto les permite probar un estilo de vida diferente sin realizar una gran inversión inicial.

Con 12 personas en plantilla, Vancubic combina talento joven con experiencia en ingeniería, diseño, fabricación, atención al cliente, logística y marketing. La

Vancubic ha revolucionado la camperización en Europa con un sistema modular plug-and-play que transforma furgonetas en hogares sobre ruedas en minutos. Su propuesta se basa en la innovación, la sostenibilidad y la libertad de uso, respondiendo a una demanda creciente de soluciones flexibles, eficientes y personalizables para viajeros, familias o nómadas digitales.

diversidad generacional y de género es una de sus fortalezas, así como su cultura colaborativa.

**Son expertos en camperización en minutos con módulos plug-and-play para transformar cualquier furgoneta sin herramientas ni obras**

"Más que contratar por currículum, buscamos personas con actitud, mentalidad emprendedora y ganas de innovar. Eso marca la diferencia", explica Jordán Díaz. En este sentido, señala que delegar funciones, profesionalizar áreas clave y fomentar la autonomía han sido factores determinantes para su consolidación.

El equipo mantiene una relación muy cercana con la comunidad de usuarios, recogiendo sugerencias, observando cómo interactúan con los productos y utilizando esa información para mejorar continuamente. Esta escucha activa ha sido una fuente clave de innovación.

## UNA TENDENCIA IMPARABLE

El auge del estilo de vida nómada y el crecimiento del turismo en movimiento han impulsado soluciones de camperización más accesibles, sostenibles y funcionales. La modularidad, la digitalización del viaje y la posibilidad de reutilizar vehículos para diferentes fines son algunas de las claves de esta transformación que ha llevado a Vancubic a situarse en el centro de esta revolución, con propuestas que permiten adaptar el vehículo al momento y estilo de vida del usuario. El futuro apunta hacia una camperización inteligente, rápida y adaptable, una idea que han entendido a la primera en esta empresa.

El cambio en los hábitos de consumo refuerza esta tendencia: cada vez más personas priorizan la versatilidad, el diseño inteligente y el respeto por el entorno. Vancubic responde con soluciones que combinan tecnología, sostenibilidad y libertad y su enfoque modular permite vivir experiencias auténticas sin comprometer la comodidad, consolidándose como una alternativa práctica, innovadora y responsable para quienes buscan moverse con propósito y estilo.

**Sostenibilidad e innovación son los ejes de sus próximos lanzamientos centrados en la ligereza y la eficiencia del viaje**

### RETOS DE EXPANSIÓN

Vancubic ya ha iniciado procesos de internacionalización en Europa, es por ello por lo que uno de los grandes retos ha sido adaptar sus comunicaciones y atención posventa a cada mercado, así como gestionar normativas distintas en homologación o transporte. Para mejorar su logística internacional, están creando alianzas con operadores locales que les ayuden a acortar plazos de entrega y asegurar una experiencia de cliente excelente, sin importar el país de destino.

Además, la empresa ha apostado por generar contenido digital multilingüe y ha participado en ferias europeas especializadas donde ha tenido una gran acogida. “Queremos ser una marca global sin perder nuestro enfoque local: cercana, personal y orientada a resolver necesidades reales”, destaca Jordán Díaz, “seguir creciendo con cabeza, sin perder nuestra esencia, y apostando por la sostenibilidad y la digitalización”.

La entrada de socios estratégicos ha supuesto un punto de inflexión, permitiendo reforzar la dirección comercial y acelerar proyectos clave. También ha facilitado la profesionalización de estructuras internas, clave en el paso de startup a empresa consolidada, como fue su participación en la séptima edición de ViaGalicia.

Actualmente, Vancubic ha diversificado su producción ya que además de la venta de

módulos, ofrecen servicios posventa, accesorios, personalización y colaboraciones con marcas del sector. Además, han desarrollado líneas B2B para flotas de empresa y modelos de alquiler.

### MOVILIDAD SOSTENIBLE

Con el motor de la innovación siempre en marcha, Vancubic avanza hacia una nueva generación de módulos más ligeros, sostenibles y alineados con las demandas de un mercado en constante evolución, por ejemplo, están diseñando una nueva línea de módulos ecofriendly con menor impacto ambiental. Su mirada ya apunta al mercado norteamericano, donde exploran alianzas estratégicas y soluciones logísticas.

Además, la empresa busca talento que conecte con las nuevas formas de viajar y habitar el mundo, incorporando perfiles en desarrollo de producto, logística y marketing digital. Paralelamente, trabajan en una app que acompañará al usuario durante todo el viaje: desde sugerencias de rutas hasta asistencia técnica, seguimiento de mantenimiento o gestión de accesorios, todo al alcance de la mano.

La sostenibilidad no es un añadido, sino una brújula que guía cada paso. Desde el uso de materiales reciclables hasta la optimización de procesos y el diseño de líneas ecofriendly, Vancubic construye movilidad con propósito. Porque viajar libre también es viajar de forma responsable.

