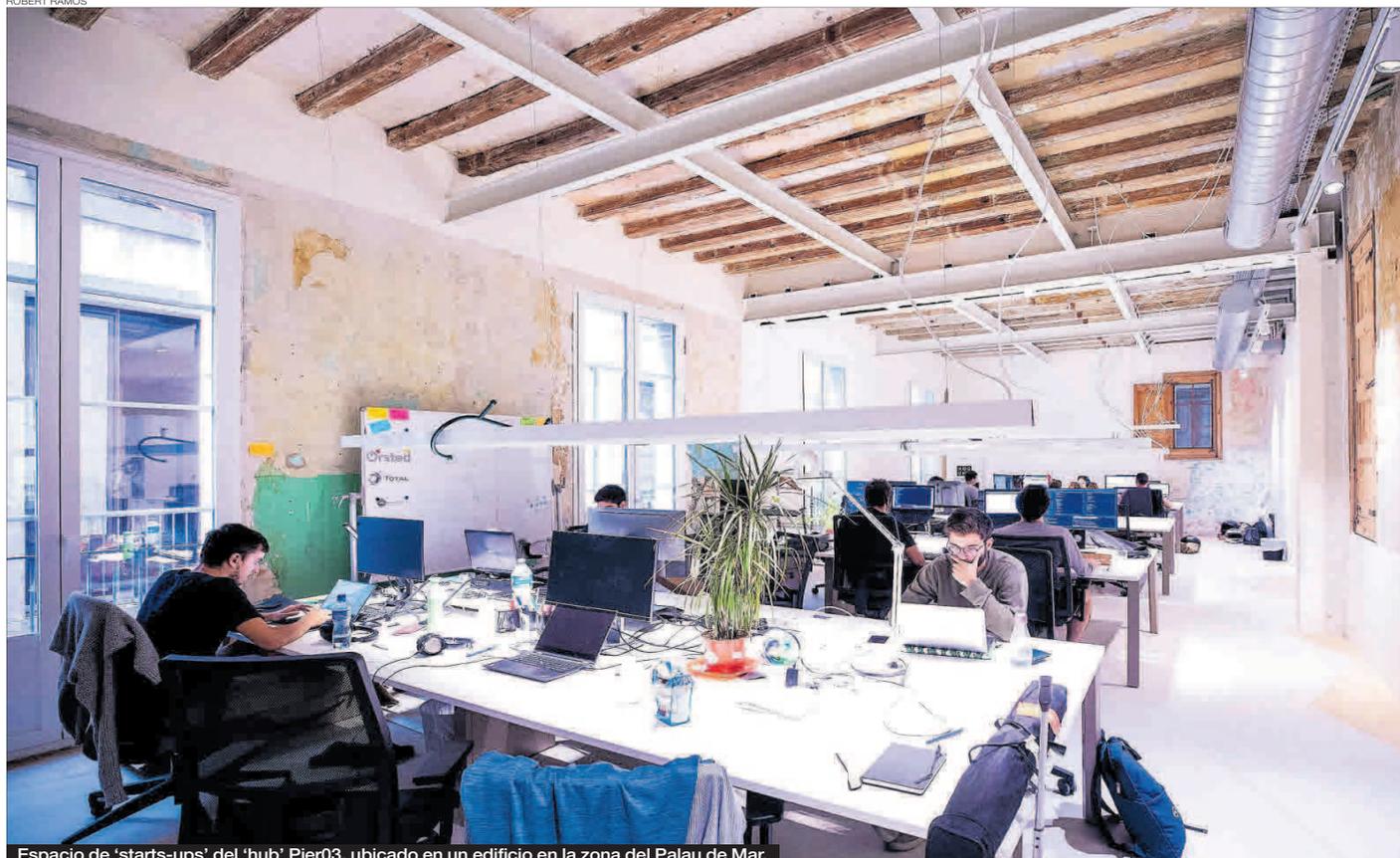


## La evolución de la nueva economía

ROBERT RAMOS



Espacio de 'start-ups' del 'hub' Pier03, ubicado en un edificio en la zona del Palau de Mar.

# La pandemia robustece el negocio de las 'start-ups'

|| Gran parte de las firmas emergentes registran alzas de facturación y plantilla en el 2020

|| La epidemia refuerza a las compañías que digitalizan procesos y a los comercios 'on line'

|| GUILLEM TAPIA  
BARCELONA

**S**i hay un sector que ha logrado esquivar la crisis del covid ese es el tecnológico. Los últimos datos de la Epa, referentes a los tres primeros trimestres del año, muestran que las empresas digitales catalanas aumentaron sus plantillas en un 18,3%, hasta los 128.700 trabajadores. Aunque es difícil discernir qué parte de este crecimiento de la ocupación corresponde a compañías digitales consolidadas y qué parte

a *start-ups* –los datos no están desglosados–, está claro que buena parte de los nuevos puestos de trabajo se concentran en empresas emergentes. No obstante, la suerte de cada *start-up* también está muy ligada al sector en el que trabaja. Otro estudio, en este caso elaborado por Ctecno, indica que solo el 40% de las empresas digitales prevén aumentar su facturación este año, frente a un 72% que pronosticaban un incremento del negocio en el 2019.

EL PERIÓDICO ha contactado con más de una decena de com-

pañías emergentes del ecosistema digital barcelonés y ha constatado que, muchas de ellas, no solo han mantenido su progresión durante el 2020, sino que han visto reforzados sus negocios a raíz de la pandemia.

### TECNOLOGÍA DIGITAL

#### La digitalización de procesos, una mina

El auge del teletrabajo ha supuesto que las empresas especializadas en digitalizar procesos empre-

sariales hayan visto cómo la demanda de sus servicios se disparaba. «Registramos un crecimiento muy intenso durante los primeros meses de confinamiento: entre marzo y mayo nuestra actividad aumentó un 271% en comparación con el mismo periodo de 2019», dicen desde Signaturit, especializada en firma electrónica.

Factorial, plataforma de gestión de recursos humanos, afirma haber captado más de 1.000 nuevos clientes desde que se inició la crisis. «En este periodo hemos ayudado a gestionar mu-

chos ertes y expedientes de cese de actividad», apunta la compañía. Desde principios de año la empresa ha doblado su plantilla hasta los 100 trabajadores, un crecimiento que ya estaba previsto y que se ha apoyado en la ronda de financiación de 15 millones que la firma cerró en abril.

«En marzo y abril registramos muchas más bajas de usuarios de lo que es habitual, especialmente porque muchos autónomos tuvieron que dejar de trabajar, pero pasado este periodo, el negocio está creciendo por en-



En Itnig, matriz de Factorial y Quipu, pocos empleados acuden a la oficina a trabajar.

RICARD CUGAT

ramos también el volumen de hipotecas firmadas. Estamos creciendo a un ritmo del 20% mensual, por lo que podemos afirmar que estamos mejor que antes de la epidemia», señala.

**VIAJES**

**Disparidad en el sector turístico**

El sector turístico ha sufrido como pocos los efectos de la pandemia. «En los meses de confinamiento, las ventas se redujeron un 97%. Hubo un ligero repunte durante el verano, pero ahora la situación vuelve a parecerse a la de abril y mayo. El problema no son solo los viajes que dejamos de vender, sino también todas las cancelaciones que hemos tenido que asumir y que, en mu-



Oficina de ID Finance, fundada en el 2012 por Boris Batine y Alexander Dunaev.

JOAN CORTADELLAS

El teletrabajo ha dado alas a las empresas expertas en digitalizar procesos empresariales

Muchas firmas emergentes vinculadas al turismo se han visto muy afectadas por el confinamiento

cima de lo esperado», explica un portavoz de Quipu, una herramienta digital de contabilidad. «Nuestro negocio ha seguido creciendo durante este año, tanto a nivel de facturación como de usuarios, y nuestra plantilla ha aumentado un 50% en lo que llevamos de año, hasta los 70 trabajadores», expone Felipe Tunnell, vicepresidente de finanzas de Holded, que comercializa un software de gestión de negocios.

**VENTA 'ON LINE'**

**Subidón del 'e-commerce'**

La imposibilidad de acudir a las tiendas en primera instancia y la cautela de una parte de la población por no frecuentar los comercios también han impulsado a las firmas que venden productos por internet. «Durante el confinamiento estricto multiplicamos nuestra operativa por 20, llegando a entregar 600 pedidos al día. Más allá del repunte circunstancial, nuestro volumen

de trabajo se ha mantenido muy por encima de los niveles pre-pandemia», asegura Eva Tomás, fundadora y directora general de Manzaning, un marketplace que permite comprar en mercados y pequeños comercios. Para dar respuesta al incremento de clientes se dobló la plantilla y se reforzó la flota de transportistas.

Desde Platanomelón, *e-commerce* de juguetes eróticos, afirman que durante los primeros meses del primer estado de alarma no notaron variaciones en la actividad. «Pero cuando la situación se estabilizó un poco, nuestras ventas crecieron un 100%. Esta tendencia se mantuvo durante unos meses hasta que, en junio, con la entrada en la nueva normalidad, se desaceleró el crecimiento», relata Laura Castro, portavoz de la *start-up*.

Colvin, que vende flores a través de internet, también experimentó un «pico de demanda bruta» que se estabilizó después del confinamiento. «Actualmente los ingresos se mantienen por encima de la media pre-covid», señala

el principal responsable y fundador de la firma, Andrés Cester.

**TECNOLOGÍA FINANCIERA**

**El confinamiento afecta las 'fintech'**

Las dos compañías *fintech* –tecnología financiera– especializadas en financiación alternativa consultadas coinciden en que el confinamiento y las ayudas públicas no han favorecido a sus negocios. «El Gobierno, a través del ICO, inundó a las empresas con liquidez, y eso provocó que nuestros servicios se convirtieran en un recurso menos atractivo», analiza Paco Foret, director de marketing de NoviCap, empresa emergente de *factoring* y *confirming* de facturas para compañías.

«Detectamos una disminución de alrededor del 25% en el importe de los préstamos solicitados por nuestros clientes durante los meses del confinamiento. Probablemente fue fruto de la reducción de gastos mensuales derivados de supri-

mir la movilidad combinado con las ayudas del Gobierno, que por otra parte eran completamente necesarias», explica Alexander Dunaev, cofundador de la empresa de préstamos personales ID Finance. No obstante, ambas compañías prevén registrar crecimientos robustos en el cómputo general del ejercicio: NoviCap está doblando su negocio respecto al año anterior desde junio e ID Finance prevé incrementar su facturación en 2020 un 46% interanual, hasta los 116 millones de euros.

Housfy, una *start-up* que ofrece servicios de intermediación inmobiliaria e hipotecaria, también ha recuperado su tasa de crecimiento anual tras el desplome sufrido al inicio del primer estado de alarma. «El negocio se resintió durante el confinamiento y los ingresos disminuyeron un 80%», confirma Alfred Bosch, fundador y primer ejecutivo de Housfy. «Sin embargo, en junio recuperamos el volumen de ventas de vivienda que teníamos en febrero, y en septiembre recupe-

chos casos, no hemos podido recuperar de nuestros proveedores», relata Jordi Agustí, consejero delegado de Waynabox, una plataforma que comercializa viajes cortos y sorpresa y que tiene a su plantilla en un erte de reducción de jornada.

Ante una lejana recuperación del turismo, Byhours –especializada en microestancias hoteleras– ha diversificado su negocio desarrollando un *software* por suscripción que permitirá a los hoteles alquilar sus habitaciones y salas de conferencias por horas. Y Mr Noow –plataforma permite pedir la comida antes de llegar al restaurante y pagar con el móvil ya allí– también hace un balance positivo del 2020 a nivel empresarial. «Hemos pasado de 290 a más de 600 restaurantes activos en nuestra aplicación y esperamos doblar las ventas respecto a 2019», afirma Alejandro Fresneda, director general y cofundador de la *start-up*. «La pandemia ha acelerado en varios años la digitalización de la restauración», concluye. ■