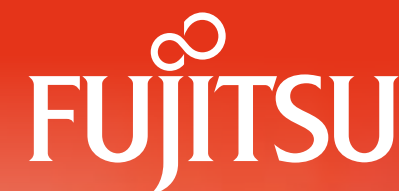


Fujitsu World Tour 2016

 FUJITSU

shaping tomorrow with you

**Vive una experiencia única,
la Transformación Digital en la práctica.**

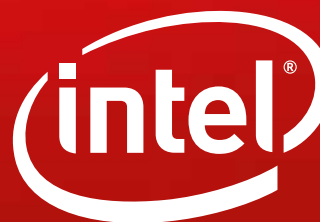
En Fujitsu World Tour podrás ver por qué la clave para la Transformación Digital es llevar a cabo una innovación segura, que balancee el uso de las nuevas tecnologías, esenciales para el crecimiento, con las TIC ya existentes, vitales para el funcionamiento diario.

Y este año, Fujitsu World Tour tendrá lugar en el Digital Enterprise Show, el evento Internacional de Transformación Digital, que se celebra por primera vez en Madrid. Así el día 25 podrás asistir a los dos eventos.

**Human Centric Innovation
in Action**

Intel y el logotipo Intel son marcas registradas de Intel Corporation en Estados Unidos y en otros países.

Event Sponsor



Basado en tecnología Intel®

Platinum Sponsors

 CITRIX®

 NetApp®

 vmware®

Ven.
25 de mayo
@Digital Enterprise Show
IFEMA



Madrid, IFEMA, pabellón 8.
REGÍSTRESE EN:
www.fujitsu.com/es/worldtour

Libelium o el compromiso con el Internet de las Cosas

Alicia Asín y
David Gascón.

La empresa zaragozana, que surgió de un proyecto de fin de carrera, ha facturado 4,2 millones de euros en su décimo aniversario.

Repasamos la trayectoria del fabricante de sensores para los mercados de 'smart cities', IoT y M2M. Las claves: globalidad, comunicación y trabajo.

► De un proyecto final de carrera a facturar 4,2 millones de euros en su décimo aniversario; Libelium, la empresa española que diseña y fabrica hardware para redes de sensores inalámbricas haciendo posible el Internet de las Cosas, se ha convertido en uno de los motores del

sector. Todo comenzó en 2006. “Mi socio (David Gascón) y yo estábamos en el último año de ingeniería informática. A raíz de su trabajo observamos la capacidad de poder *sensorizar* cualquier objeto y comunicarlo a Internet para poder analizar sus datos. Ésta era una necesidad en el mercado que por entonces no estaba cubierta. Y nos lanzamos”, explica Alicia Asín, CEO y cofundadora de Libelium.

Para transmutar la idea en negocio comenzaron vendiendo el plan de la empresa a través de varios concursos y becas. Así, consiguieron cumplir con dos premisas capitales según explica Asín: los primeros empujes de crédito y la socialización de la idea. Además, se movieron en entornos como los de educación, docencia e investigación con la línea de negocio denominada *Cooking Hacks*, basada en llevar el IoT a principiantes. “Desde el primer momento nos centramos en ser rentables y huir de la autocondescendencia de las *startups* que solamente se enfocan en rondas de financiación”, comenta.

Pero el gran salto lo dieron al presentar el proyecto al CDTI (Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial) y obtener un préstamo del Ministerio de Industria,

“DESDE EL PRINCIPIO HUIMOS DE LA AUTOCONDESCENDENCIA DE LAS ‘STARTUPS’ QUE SOLAMENTE SE ENFOCAN EN RONDAS DE FINANCIACIÓN”

lo que, unido a las primeras ventas, resultó ser la explosión definitiva.

Expansión, crecimiento y compromiso

“Libelium siempre ha tenido una vocación totalmente global a la hora de enseñar el producto. Hemos tenido en cuenta que para operar en diferentes países había que redactar la documentación en inglés, generar mucho contenido y evangelizar en este nuevo mercado”, responde Asín ante el hecho de vender tecnología a 115 países, con 30 distribuidores en cuatro continentes y actuar principalmente en Norteamérica, Europa Occidental y Asia Pacífico junto con Australia. “Nuestra principal herramienta de venta es y ha sido Internet. A día de hoy podemos decir que el 90% de nuestra facturación viene de exportaciones”.

Antes, a su cartera de clientes se habían sumado varias universidades, “grandes



Alicia Asín, CEO y cofundadora de Libelium.

consumidores de tecnología”, como la Complutense de Madrid, la Pompeu Fabra de Barcelona o internacionales como la

National University of Singapur o Queensland en Australia. También, entraron en grandes empresas a través de sus departamentos de innovación y con las que hoy siguen colaborando a nivel de negocio. Es el caso de Telefónica, Indra o Intel.

Su irrupción en el mercado ha llevado a la compañía a pasar de 3 a 72 empleados en la primera década. “Este año vamos a incrementar la plantilla un 28%”, asegura Asín, “el mayor aumento que hayamos hecho jamás”. Este crecimiento es directamente proporcional a las expectativas de negocio. Si en 2015 Libelium facturó 4,2 millones de euros, las previsiones para 2016 son de seis millones y para 2017 se marcan el objetivo de superar los diez millones de euros. “Lógicamente esto supone grandes retos: consolidarte, mantener la estructura y seguir alimentando el espíritu vivo de lo que es una empresa creativa, con carácter de equipo y con gran capacidad para generar impacto”.

¿Cómo conservar el mensaje desde el primer día? “La comunicación es la mejor herramienta. Hay que reforzarla entre los directivos y los mandos intermedios, y los fundadores somos parte esencial. Mantener la cultura viva cuando somos 5 o 6 personas es facilísimo. En estruc-

turas jerárquicas y mandos intermedios la labor de los fundadores es fundamental para que ese mensaje cale en todos los empleados”, explica.

Ciudades inteligentes y la revolución IoT

Uno de los grandes valedores del éxito de Libelium es la explosión que está suponiendo el Internet de las Cosas y el advenimiento de las *smart cities*. Encontrar un segmento clave en el mercado tecnológico es prácticamente garantía de negocio. Y, la ya famosa transformación digital ha propiciado que la mayoría de las empresas tanto multinacionales como pymes estén por lo menos meditando la posibilidad de adoptar soluciones, aunque solo sea por el dicho de ‘renovarse o morir’.

“A través de IoT somos capaces de optimizar procesos y de hacer que se reduzcan costes en las empresas mediante la monitorización. Y también está muy relacionado con las *smart cities*. Podemos mejorar los recursos de las ciudades, medir la calidad del aire o la cantidad de residuos que emiten las industrias”, señala. Para Asín, el IoT está instaurando la ‘datocracia’, algo así como un sistema político que se va a traducir en una mayor

transparencia y democracia. “Si nuestros alcaldes utilizan datos para, por ejemplo, exponer los niveles de contaminación e implantar una serie de medidas, a los tres meses se puede volver a hacer un estudio y ver los resultados alcanzados. Ya no se pueden tomar decisiones a la ligera porque con tantos datos los ciudadanos van a ser más críticos que nunca”.

¿Qué aporta Libelium a la ‘datocracia’? “Tras el accidente nuclear de Fukushima en 2011 enviamos unos medidores de

ayudando a las ciudades a obtener esas tecnologías que ofrecen soluciones de movilidad, monitorizan la calidad del aire..., pero nos encontramos más cerca de la tecnología que de la política”, analiza Asín.

Para llevar a cabo toda este proceso que puede parecer incluso utópico, Asín reitera la importancia de la evangelización: “Nos ha tocado no sólo vender nuestros propios productos, sino explicar por qué el Internet de las Cosas es

**LA MAYOR PARTE DE SU NEGOCIO SE HACE EN INTERNET.
EL 90% DE SU FACTURACIÓN PROVIENE DE EXPORTACIONES**

radiación como proyecto social. Semanas después nos encontramos con que de manera totalmente espontánea los ciudadanos estaban compartiendo esos datos en la nube y no solo estaban utilizando nuestro producto, sino que tenían otros medidores e iban comparando. Esa es la ‘datocracia’, y los ciudadanos demandan cada vez más información. A día de hoy estamos en una primera fase

una nueva revolución y los beneficios que va a aportar a la sociedad”.

Esta simbiosis de coyuntura, trabajo y mensaje le ha valido a Libelium para ser galardonada con el Premio Nacional de Informática 2015. Además, el *Financial Times* la considera candidata a alcanzar la categoría de “unicornio”, reservada a las empresas que alcanzan los mil millones de dólares de valor de mercado. **CW**

LIBELIUM EN NÚMEROS

Creación: año 2006

Sede: Zaragoza

Actividad de la empresa: Libelium diseña y fabrica hardware para redes de sensores inalámbricas y el software necesario para que integradores de sistemas, ingenieros y consultores puedan crear soluciones rápidas y fiables para el mercado de *smart cities*, Internet de las Cosas y M2M.

Clientes destacados: de entre los más de 2.000 desarrolladores con los que cuentan destacan la NASA, Telefónica, Iberdrola, Intel o Vodafone.

Número de empleados: 72

Facturación año 2015: 4,2 millones de euros

Expectativas: para el año 2016 tienen marcado el objetivo de 6 millones de euros y para 2017 esperan superar los 10 millones.