

CATALUNYA

NUEVOS ACTIVOS

GENERACIÓN 2.0

LA RED SOCIAL DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS –CREADA POR JOSEP ALBERTI– HA RECIBIDO 300.000 EUROS DEL FONDO DE INVERSIÓN FEM-ONA, UNA APORTACIÓN QUE LE SERVIRÁ PARA IMPULSAR EL PROYECTO.

Grera.net busca pymes en España y Latinoamérica

Tina Díaz, Barcelona

Grera.net ha saltado a la parrilla de las redes sociales en busca de pequeñas y medianas empresas en España y Latinoamérica. Éste es sólo el principio de su ambicioso objetivo: "Llegar a todo el mundo", explica Josep Alberti, su fundador y consejero delegado. Esta red social de empresas –creada en abril como Xarxa Grera (tras medio año de pruebas) y con sede en Vic (Osona)– pretende ser una herramienta para hacer negocios entre empresas.

A la inversión inicial de 170.000 euros, Grera.net ha recibido una aportación de 300.000 euros por parte del fondo de inversión Fem-Ona como ya adelantó EXPANSIÓN Catalunya el pasado 1 de abril. Tras la operación, el accionariado del portal queda repartido entre Josep Alberti con el 55%, su socio Albert Baucells con el 5%, y Fem-Ona con el 45% de la firma. Como socio tecnológico, Grera.net cuenta con la empresa Tuatara Aplicacions TIC, propiedad de Albert Baucells.

Modelo de negocio

Grera.net ya tiene 2.200 empresas registradas y prevé cerrar el año con una facturación de entre 50.000 euros y 70.000 euros. Su objetivo es alcanzar los cuatro millones de euros en tres años y tener 150.000 empresas registradas.

Hay quien lo comparará con un Facebook de empresas



Josep Alberti, fundador y consejero delegado de Grera.net.

pero "es más que una red social", dice Alberti, porque pone en contacto a las compañías con proveedores, competidores, autónomos y otras empresas –de momento, no con su consumidor final– para facilitar la colaboración entre

Grera.net prevé cerrar el año con una facturación de entre 50.000 euros y 70.000 euros

empresas, encontrar nuevos clientes, anunciar ofertas y catálogos, proporcionar formación de marketing online e informar de actos empresariales o subvenciones. "Es una oportunidad para que las empresas lleguen al mini mercado", justifica el consejero delegado, ya que muchas compañías se apuntan a Facebook y consiguen amigos porque pone en contacto a la empresa con el público final, no con el resto de compañías.

El emprendedor

DÓNDE NACIÓ: Manresa (Bages), 1972.

QUÉ ESTUDIÓ: Administración y Dirección de Empresas en la Escuela Universitaria Caixa Terrassa (Euncet).

SU TRAYECTORIA: Trabajó en Dorna Promoción del Deporte y Paellador. Asesor de empresas y profesor, también creó Comercialpime.

LA EMPRESA: Creada en abril con una inversión inicial de 170.000 euros.

SU PUESTO ACTUAL: Socio fundador y consejero delegado de Grera.net.

EL FUTURO: Los 300.000 euros de Fem-Ona impulsarán el crecimiento internacional.

Empresas de cualquier sector pueden registrarse gratuitamente, aunque a partir de julio habrá que abonar entre 20 y 30 euros al año para usar algunas funciones u obtener más información del perfil de la empresa. Próximamente, la publicidad se convertirá en otra fuente de ingresos que falta por perfilar. Según Alberti, Grera aporta "más valor a las microempresas que a las grandes, porque éstas ya tienen otros recursos".

REVOLUCIÓN DEL SECTOR



Imagen del último Día de l'Emprenedor, en Fira de Barcelona.

Expansión busca nuevos proyectos emprendedores

EXPLÍCANOS TU INICIATIVA EMPRESARIAL

Expansión, Barcelona

Hace un par de meses echó a andar la sección *Nuevos Activos* que se publica cada jueves en EXPANSIÓN Catalunya. El objetivo de tal iniciativa era dar a conocer los proyectos de jóvenes emprendedores y aquellas propuestas empresariales que supongan toda una revolución en su sector. Ahora, queremos ir un paso más allá y que los empresarios puedan enviarnos personalmente sus proyectos para que podamos explicarlos.

El proceso es sencillo. Las personas que quieran dar a conocer su empresa tan sólo tendrán que enviar un correo electrónico a la dirección expansioncat@expansion.com con el asunto 'Nuevos activos'. En él deberán detallar a qué se dedica su firma, cuáles son sus objetivos en el corto y medio plazo, y un teléfono de contacto.

Nuestra redacción se encargará de seleccionar aquellas iniciativas más in-

teresantes con tal de darlas a conocer en esta sección entre nuestros lectores, tanto en la edición papel como en la versión online www.expansion.com/catalunya.

Compromiso

El interés de EXPANSIÓN por la actividad de los emprendedores no es nueva. Este diario colabora desde hace varios años con el Día de l'Emprenedor, que se celebra en Fira de Barcelona, y que el año pasado contó con la participación de más de 11.000 personas.

Cuando hablamos de emprendedores, no nos referimos únicamente a la generación 2.0, surgida al calor del auge de las nuevas tecnologías, sino a todos aquellos proyectos que han supuesto un paso al frente en sectores tradicionales como la alimentación, la restauración o la propia industria del metal, tan golpeada por la actual coyuntura económica.

LA APP DE LA SEMANA



LA TELEVISIÓN, ESTÉ DONDE ESTÉ

La tecnológica catalana The Channer ha logrado abrirse un hueco en el mercado gracias a los smartphones. La firma ha desarrollado una aplicación que empaqueta y sintoniza canales de televisión gratuitos a través de Internet. El programa está disponible en prácticamente todos los soportes: desde el iPad y el iPhone de Apple, hasta los dispositivos móviles que utilizan Android, el sistema operativo desarrollado por Google. La aplicación cuenta con más de 200 canales de televisión procedentes de 150 países diferentes, aunque la firma tiene detectados cerca de 3.000 sintonías susceptibles de incorporarse al programa.

LO MEJOR

- La aplicación tan sólo requiere de la conexión a Internet para poder sintonizar canales de televisión extranjeros de forma gratuita.
- The Channer ha clasificado la larga lista de emisoras –más de 200 canales– en función de su temática, origen o idioma, entre otras opciones.
- El sistema desarrollado por la tecnológica catalana permite a los usuarios poder compartir en las redes sociales –básicamente, Twitter y Facebook– los programas que están viendo.

LO PEOR

- La mayoría de los canales disponibles son secundarios, y algunos usuarios echan en falta emisoras de referencia.
- La calidad de la imagen es uno de los grandes retos de la firma, ya que algunos de los canales son difíciles de visualizar sin problemas.