

## BARCELONA METRÓPOLIS

## Buenas expectativas

En los próximos dos años, los impulsores de la plataforma Grera.net tienen previsto llegar a superar la barrera de los 70.000 usuarios, así como alcanzar unos ingresos aproximados de dos millones de euros

### APOYOS EN INTERNET

# Un 'facebook' catalán para las pymes

Nace un punto de encuentro virtual para empresas y emprendedores donde generar sinergias y negocio

Anna Cabanillas

Internet, la web 2.0, y la explosión de las redes sociales en los dos últimos años han cambiado radicalmente la forma de comunicarnos, de interactuar, de convivir y de expresarnos a través de un espacio virtual que nos hace públicos a los ojos de millones de usuarios alrededor del mundo. En consecuencia, también las empresas han cambiado su forma de hacer negocios. No en vano, ocho de cada diez empresas en el mundo utilizan en la actualidad redes sociales como Facebook, Twitter o Tuenti, para promocionar su marca; hecho que demuestra la potencialidad de estas herramientas para posicionar una marca en internet.

Con el fin de dar un paso más allá, y crear un punto de encuentro virtual en el que empresas, emprendedores, autónomos y otros agentes del mundo de la pequeña y la mediana empresa puedan crear sinergias entre ellas, comprar y vender sus productos y servicios y, en definitiva, hacer negocios, un grupo de emprendedores catalanes, dedicados a la consultoría y formación en numerosas entidades

de promoción económica en las áreas de marketing digital y estrategia empresarial, acaban de lanzar la plataforma Grera.net. Una red on line para empresas, con un modelo a caballo entre Facebook, LinkedIn y Xing, bautizada bajo el nombre aranés Grera -que significa escoba- que pretende cambiar las normas del juego y multiplicar las oportunidades de negocio de miles de pymes que existen alrededor del mun-

**“Ponemos al alcance del empresario una veintena de funciones para hacer 'networking' on line y efectivo”**

do. “En un contexto económico tan negativo como el actual, si queremos salir de la crisis necesitamos más que nunca que los emprendedores y las empresas del país saquen adelante sus negocios y generen nuevos puestos de trabajo. Hace dos años y medio aproximadamente, cuando más o menos estalló Facebook y observé el gran éxito que estaba viviendo en todo el mundo, pensé que sería ideal contar con una plata-

## Catalán, español e internacional

El proyecto inicial de Grera.net empezó con una inversión inicial de 170.000 euros, aunque actualmente ha iniciado una ronda de financiación con la intención de dar un impulso a su expansión. El proyecto ha iniciado su actividad en el ámbito del mercado catalán pero el objetivo es expandirse al resto del mercado español con escalabilidad internacional a muy corto plazo. Se espera en dos años haber abierto los mercados latinoamericanos y de la UE. Durante sus primeras semanas de funcionamiento, Grera.net ha captado el interés de casi 700 pymes que ya son usuarias registradas, así como de grandes empresas con productos tradicionales, como Solred, Esade-Creópolis, o Proyectos y Seguros, entre otras, para ofertar sus productos a precios especiales para las empresas registradas.

Además, Grera.net nace con un marcado carácter solidario colaborando desde sus inicios con el proyecto de una ONG en Nepal (Sathi Sansar), que recibirá un porcentaje de todas las ventas que se hagan a través del portal



forma parecida, pero que estuviese especializada para que las empresas pudiesen relacionarse entre ellas, generar *networking* y nuevas oportunidades de negocio”, explica Josep Alberti, creador y fundador de Grera.net.

Tras registrar la empresa, y definir su actividad empresarial en Grera.net, el usuario puede entrar en contacto con aquellas otras pymes, emprendedores o

autónomos de su interés que formen parte de la red, enviarles ofertas de sus productos o servicios, solicitar presupuestos, e incluso estudiar su competencia, entre otras opciones. “Todo aquel que haya creado una empresa sabe que lo más complicado al principio es encontrar personas que estén interesadas en consumir tu producto o servicio. Uno de los objetivos esenciales

### UN 17% DEL MERCADO ALIMENTARIO ESPAÑOL

# El desafío de la nutrición inteligente

Reus apuesta por ser referente mundial de la difícil validación de los alimentos funcionales

Esteve Giralt

Los denominados alimentos funcionales, con efectos beneficiosos en la prevención de patologías, están llamados a revolucionar en los próximos años el mercado de la nutrición humana. A pesar de la crisis, sólo en España el sector mueve más de 5.600 millones de euros,

el 17% del mercado alimentario. Ansiosas por posicionarse, las grandes empresas de alimentación están concentrando inversiones en la investigación y desarrollo de nuevos nutrientes capaces de prevenir la osteoporosis, la diabetes, o reducir el riesgo de padecer una enfermedad cardiovascular.

Con notables avances en los laboratorios, uno de los grandes

obstáculos para las compañías ha aparecido en el momento de validar científicamente las propiedades sobre la salud humana de un determinado alimento y lograr su certificación por parte de la Unión Europea, que aplica desde 2006 una legislación mucho más restrictiva. En este panorama complejo y cambiante, el Centro Tecnológico de Nutrición y Salud (CTNS) de Reus (Baix Camp)

trabaja desde hace más de dos años por posicionarse como referente mundial en la investigación y certificación de los nuevos alimentos funcionales, utilizando para ello las últimas tecnologías de genómica funcional.

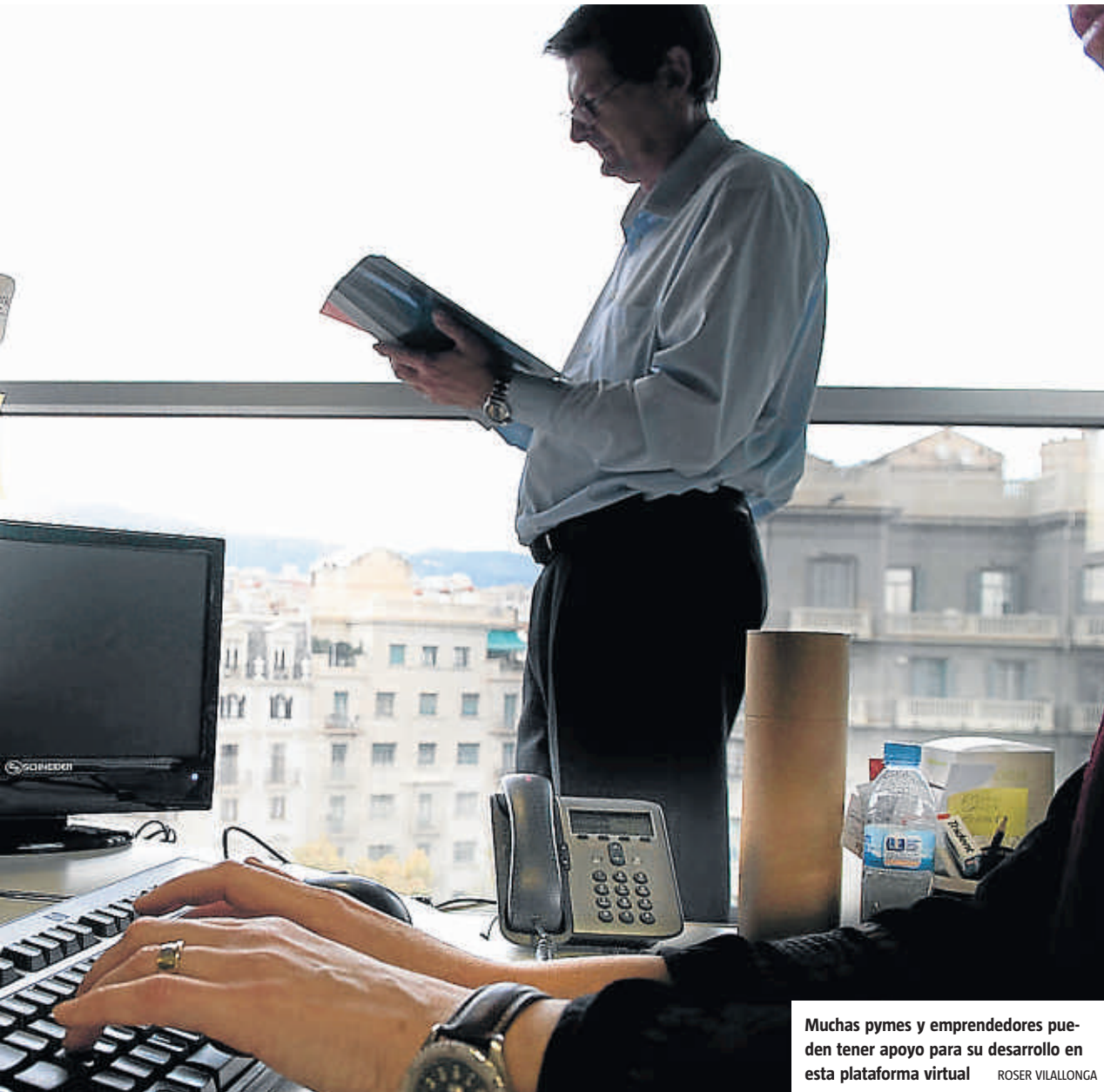
No es tarea sencilla demostrar que un nutriente posee propiedades beneficiosas para la salud, ya sea para mitigar el envejecimiento o prevenir la obesidad. La Au-

toridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) rechaza en la actualidad hasta el 95% de las solicitudes de nuevos alimentos funcionales, según Tecnio, la red que integra el CTNS de Reus.

Si esto sucede, todo lo invertido en R+D+I, durante el proceso de creación de un alimento funcional, que asciende de media de los 1'5 a los 2 millones de euros, se acaba perdiendo. Por esta ra-

## Herramienta de recursos humanos

El 73% de empresas en el mundo usan las redes sociales para llevar a cabo contrataciones. LinkedIn va a la cabeza de las consultas con el 78,3%, le siguen Facebook (54,6%) y Twitter (44,8%), entre otras.



Muchas pymes y emprendedores pueden tener apoyo para su desarrollo en esta plataforma virtual ROSER VILALLONGA

de Grera es poner en contacto ofertas y demandas. Por eso hemos incorporado dentro de 'Mi cuenta' un apartado llamado 'Tags', donde hacemos coincidir las ofertas con las demandas. De este modo, tú, como usuario, podrás publicar lo que buscas, lo que ofreces y con quien colaborarás. El buscador cruzará los datos con el resto de inscritos, de modo que podrás conocer las em-

presas que buscan lo que ofreces tú y, a la vez, saber las empresas que ofrecen lo que buscas. Un método muy simple y eficaz para ayudar al emprendedor o empresario en su negocio", prosigue Alberti.

Grera.net permite también que las empresas puedan encontrar información sobre ayudas, subvenciones, actos para empresarios o cursos de formación, en-

tre otras opciones. "Ponemos al alcance del empresario una veintena de funciones para hacer *networking* on line y efectivo entre las pymes, las empresas y su entorno, para ayudarlas a hacer negocio entre ellas. Además, otra de nuestras principales vocaciones es actuar como central de compras, con el fin de que las micropymes ahorren dinero. Pues, todo el mundo sabe que esta tipo-

## El usuario es la empresa, no la persona

Cada día que pasa, centenares de personas en todo el mundo se adhieren a las redes sociales del momento tales como Twitter o Facebook, que cuenta ya con más de 500 millones de usuarios en todo el mundo. Un hecho que ha provocado que tanto las grandes empresas, como las pymes y los emprendedores tomen partido y promocionen sus servicios y productos a través de dichas plataformas.

Y es que, a través de estas redes sociales las empresas tienen la posibilidad de crear un espacio propio dedicado a promocionar su marca, productos y servicios, comunicarse con sus fans, analizar las respuestas del público, observar su visión sobre la competencia... Y todo a un precio realmente bajo.

No obstante Josep Alberti, el creador de Grera.net, advierte que Facebook, Tuenti y esta clase de redes sociales no están pensadas para ser utilizadas y aprovechadas por parte de las empresas, sino que se dirigen fundamentalmente a las relaciones personales. "La principal diferencia que existe entre Grera.net y el resto de redes sociales existentes es que quien se registra como usuario es la empresa, no la persona. Si bien las empresas están utilizando Facebook para hacer negocios, esta red no cuenta con las herramientas necesarias para poder, por ejemplo, buscar clientes o proveedores, cosa que con Grera sí se puede hacer".

logía de empresas no puede acceder a grandes condiciones con las grandes empresas. Nosotros, a través de Grera negociaremos por ellas", afirma Argelia García, socia y directora de expansión de Grera.net.

Si bien ser miembro de la plataforma y contar con un perfil básico de la empresa es gratuito en la actualidad, desde Grera se está trabajando en una nueva versión

de la plataforma - que verá la luz a mediados del 2011- que incluirá algunos servicios Premium, por los cuales se tendrá que pagar, como, por ejemplo, tener la posibilidad de recibir información acotada de cuáles son las empresas que pueden estar interesadas en tus productos, o posicionar mejor tu empresa en la red.

"A largo plazo, los usuarios de Grera tendrán que pagar una cuota muy baja, que cualquier autónomo o pequeño empresario podrá permitirse, con el fin de que la red no se sobresature de usuarios que después no participen, como pasa actualmente en Facebook. Pretendemos contar con una red de usuarios reales, que sean selectivos a la hora de enviar ofertas de negocio, pedir colaboraciones y realizar *net-*

## "Queremos captar la atención de empresas españolas y foráneas que quieran aprovechar esta herramienta"

*working*", advierte García.

A día de hoy, con tan sólo dos meses de presencia en la red y sin apenas realizar promoción, Grera cuenta con casi 700 empresas registradas, el 75% de las cuales son de ámbito catalán y el 25% del resto de España. Sus fundadores son optimistas y calculan que en poco más de un año, esta red social contará con más de 70.000 usuarios en todo el mundo y generará miles de oportunidades empresariales. "Hoy en día una plataforma como Grera no tiene sentido si no es global. Internet es viral y está abierto a todo el mundo, por eso queremos captar la atención de todas aquellas empresas españolas y extranjeras que quieran aprovechar esta herramienta. Pues cuantos más usuarios tengamos más atractivas podrán ser las ofertas para nuestros usuarios" finaliza Alberti.

zón, el CTNS ofrece asesoramiento a las empresas en la difícil carrera por lograr el sí de la UE. Para reducir el riesgo empresarial, el centro ofrece la posibilidad de practicar estudios previos con modelos celulares y animales, e incluso realizar aproximaciones a través de simulaciones informáticas. La última criba se realiza con ensayos clínicos con humanos, mucho más caros.

"El futuro es amplio porque la mayoría de certificaciones son rechazadas por la UE", razona Francesc Puiggròs, coordinador científico del CTNS. Paralelamente, se analizan los niveles de seguridad y toxicidad de los componentes de los alimentos. Reus ha cerrado precisamente un acuerdo con la Agencia Española

de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) para trabajar como asesor científico.

"Nuestro objetivo final es incrementar la competitividad de la industria alimentaria", destaca Puiggròs. El centro tecnológico

## Desarrollar un producto con efectos preventivos sobre la salud supone invertir de 1,5 a 2 millones

quiere ser una puerta abierta de las universidades catalanas a las empresas. A través de una fundación se empezó a trabajar en el 2008 con una quincena de com-

pañías del sector agroalimentario del país. Ahora, en el ámbito del Tecnoparc se están cerrando acuerdos con nuevas empresas de referencia en el sector de la alimentación, como la estadounidense Novus Internacional, para lograr su implantación en Reus y potenciar así las sinergias entre conocimiento y nuevos negocios.

El CTNS está ubicado en el centro de R+D+I en nutrición y salud del campus de la URV de Bellissens, en el complejo empresarial y de conocimiento del Tecnoparc, junto al nuevo Hospital Sant Joan de Reus, lo que permitirá además realizar estudios clínicos con los nuevos alimentos. Aunque las obras aún no han finalizado, el CTNS utiliza los laboratorios del departamento de Bio-

química de la URV y de la Facultad de Medicina de Reus.

Se trata de uno de los pocos centros a nivel mundial que integran en una única estructura científico-tecnológica todos los servicios necesarios para crear alimentos funcionales y certificar su autenticidad y sus efectos en la reducción de factores de riesgo. Los primeros alimentos funcionales surgieron en Europa a principios del 2000, aunque en Japón aparecieron antes, en los años 80, con la intención de reducir el gasto sanitario público provocado por una población cada vez más envejecida, aplicando los nuevos nutrientes como estrategia de prevención.

Los expertos destacan ahora que se trata de una gran oportuni-

dad para el sector agroalimentario mundial, porque los productos funcionales, con un gran valor añadido, se pueden vender a mayor precio. Unidades de investigación vinculadas al Tecnoparc han prestado ya servicios tecnológicos a empresas como Heineken, Alpina, uno de los grandes fabricantes colombianos de productos lácteos, las alemanas WILD y Cognis o la catalana Bioibérica. "Ya somos una referencia internacional", destaca el alcalde de Reus, Lluís Miquel Pérez, uno de los grandes valedores del proyecto.

Tras haber probado que un alimento es funcional, se debe buscar la forma de que el mercado lo acepte. Sólo si el alimento tiene éxito comercial tendrá futuro