



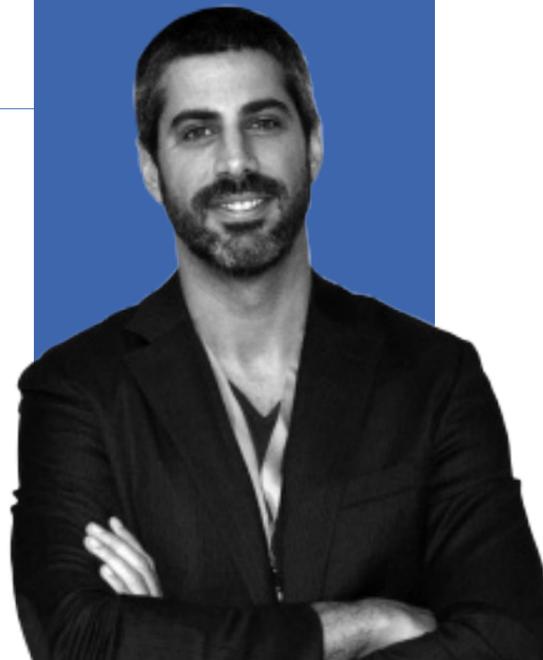
## Julio Prada

Ingeniero Informático por la Universidad Autónoma de Barcelona, comenzó su carrera profesional trabajando como programador cuando aún era estudiante.

Desde pequeño le apasionaba el mundo de la tecnología y todo lo relacionado con este. Con tan solo 19 años conoció a Jordi Torras, fundador de Inbenta y fue entonces cuando iniciaron una relación profesional juntos. Posteriormente, Prada continuó su carrera como responsable de importantes proyectos en empresas como BT ó ID Group. Fue en el año 2007 cuando Julio Prada vuelve a encontrarse con Jordi Torras e inicia su labor en Inbenta. Hacen ya 7 años de esto y parece que aún queda mucho camino por recorrer.

>> *Twitter: @beyond\_search*

Director general de Inbenta.



# Inbenta, EL GOOGLE ESPAÑOL

Julio Prada

Independientemente de la crisis económica que empezó a azotar en 2008, España ha sido y es un país con grandes ideas pero, históricamente, todos los innovadores proyectos acaban siendo comprados por empresas americanas. A pesar del importante crecimiento de Startups que nuestro país ha experimentado en los últimos años y de respirarse un potente ecosistema emprendedor, escasean los recursos y posibilidades de llevar a cabo brillantes iniciativas. Colocar productos y servicios fuera de las fronteras permite a las empresas, independientemente del sector al que pertenezcan, posicionarse en la industria mundial y sobrellevar el impacto del contexto económico que ha golpeado fuertemente el mercado interno. Hoy en día, nuestras pymes están empezando a ser atractivas para colectivos de inversores extranjeros y esto se presenta como una forma de asumir rápidamente el reto de crecer y ganar tamaño para ser más competitivas.

No obstante, no cabe duda de que hay que formular una estudiada estrategia y moverse para provocar este crecimiento tan deseado por aquellas organizaciones con proyección. En nuestro caso, se nos reveló la necesidad de continuar innovando para completar un portfolio de productos que pudiera competir

eficientemente con las grandes tecnológicas y poder desarrollar una política de expansión de nuestro software, que tan buena acogida estaba teniendo en la península y en otros países en los que habíamos probado suerte. Para ello era imprescindible una inversión adicional que en España era difícil conseguir. Fue en este momento cuando comenzó nuestra aventura americana.

## 1 Silicon Valley, el paraíso de las oportunidades

Pero, ¿por qué Silicon Valley? A estas alturas, no cabe duda de que la Bahía de San Francisco es la meca de la innovación y de las nuevas tecnologías que representa la puerta de entrada al enorme mercado estadounidense, de nada menos que 314 millones de habitantes. Esa es la razón de que empresas de todo el mundo sueñen con lanzar sus productos en Estados Unidos desde California. Allí se encuentran los ingredientes más importantes que requiere cualquier empresa o startup para su crecimiento y expansión. El imprescindible capital, tan buscado por estas, es uno de los motivos que



impulsan a las compañías a soñar con América, ya que en esa zona se encuentra el mayor número de inversores registrados del mundo desde que, en los años 70, se empezaron a instalar entidades de capital riesgo en la zona de Palo Alto, en la llamada Sand Hill, muy cerca de la Universidad de Stanford. La disponibilidad de capital a través de estas entidades comenzó a actuar como un catalizador para la germinación de nuevas empresas. Hoy en día, en California se gestiona más del 45% del montante total de capital riesgo de Estados Unidos, lo que supuso en el primer semestre del año más de 14.000 millones de dólares (10.486 millones de euros).

A esto se le suma el ecosistema por defecto de empresas innovadoras que hacen que las ideas, colaboraciones y tecnología fluyan mucho más rápido que en cualquier otro lugar, haciéndolo así el mercado más competitivo del mundo.

## 2 Nuestros comienzos: la aventura de Inbenta

Con esta perspectiva del país de las oportunidades y una masa crítica de clientes en España, el fundador de Inbenta, Jordi Torras, me animó a acompañarle en lo que sería su primera visita a Silicon Valley, y que hoy es su lugar de residencia, a investigar sobre terreno lo que se cocía verdaderamente en aquel paraíso aparentemente infinito de distintas tecnologías. No nos hizo falta mucha reflexión para embarcarnos en un viaje intenso de algo más de diez días donde descubriríamos las futuras oportunidades que se nos presentaban.

Una vez en España, reflexionamos pausadamente sobre todo lo que habíamos descubierto y aprendido para llegar a la posterior conclusión de forma unánime de que lo que había en aquel oasis tampoco era nada del otro mundo. Ese fue el momento en el que sospechamos que nuestro software era mucho mejor de lo que pensábamos. El primer año y medio invertimos todo nuestro dinero y tiempo dedicándonos a la búsqueda incansable de



Julio Prada en el Spain Startup & Investor Summit en Madrid, octubre 2013.

posibles clientes y llegando a interesantes colaboraciones con empresas locales. Los proyectos fueron naciendo poco a poco y fue con Groupon - sitio web de ofertas diarias que ofrece cupones descuento utilizables en compañías locales y nacionales- cuando vimos materializado todo el esfuerzo, ganas y entusiasmo que habíamos empeñado desde el primer momento. A día de hoy este es nuestro proyecto de mayor dimensión y tal ha sido la acogida de Groupon EE.UU., que estamos trabajando para extender el servicio en la compañía a nivel mundial.

No existen historias sin principio e Inbenta tiene el suyo. Inbenta es una empresa

tuvimos una crisis de identidad, porque no sabíamos a qué dedicarnos durante los primeros años. La especialización en el ámbito del procesamiento del lenguaje natural se nos presentaba como un buen negocio y vimos que tampoco había muchas empresas dedicadas a eso. Hoy en día, a pesar de dar servicio a empresas de todo el mundo y desarrollar nuestros buscadores en 9 idiomas, continuamos teniendo la parte de investigación en Barcelona, donde creamos la herramienta gracias al trabajo de nuestros arquitectos de programación y de los lingüistas computacionales, filólogos conocedores sobre las técnicas de aplicación de idiomas y lenguas en el ámbito de la tecnología.

## 3 Una tecnología de última generación con una curiosa historia

En este punto, resulta curioso destacar algunos detalles de la base de inspiración sobre la que se desarrolla nuestra tecnología que se remonta a los avances que la lingüística experimentó en el siglo XX, concretamente durante la Guerra Fría, donde se realizaron muchos esfuerzos por conseguir traducir los textos automáticamente del inglés al ruso y viceversa.

*La especialización en el ámbito del procesamiento del lenguaje natural se nos presentaba como un buen negocio y vimos que tampoco había muchas empresas dedicadas a eso*

Es bastante peculiar, y poco conocido, que la traducción automática surgió como un experimento, con un interés bélico y de contraespionaje en el que la semiótica, la lingüística y la teoría matemática de la información mantuvieron una profunda relación. Una década más tarde apareció la inteligencia artificial y este campo de estudio se



*Las soluciones semánticas pueden aplicarse con numerosos fines, siendo muy útiles para redes sociales, buscadores, inteligencia de negocio e incluso publicidad*

convirtió en un tema central para muchos investigadores tratando de conseguir la integración del nivel de comprensión humano y la producción de los lenguajes naturales. Gracias a estos avances, ordenarle a una computadora que realice cualquier proceso es hoy día una acción casi “natural” que realizamos sin pararnos a pensar previamente en cómo trabaja esta. Es obvio que dentro de cualquier aparato tecnológico existen complejos sistemas que fueron creados para hacernos la vida más fácil. El desarrollo de la Tecnología Semántica ha permitido aunar los conocimientos tecnológicos y lingüísticos para su aplicación, convirtiendo la tecnología en sistemas más humanos y cercanos. Las soluciones semánticas pueden aplicarse con numerosos fines, siendo muy útiles para redes sociales, buscadores, inteligencia de negocio e incluso publicidad. De esta forma, son cada vez más las empresas que optan por métodos relacionados para llevar a cabo proyectos que resulten más cercanos al usuario-consumidor.

En este contexto de interacción entre los conocimientos tecnológicos y el lenguaje humano, se encuentra la teoría lingüística que se ha convertido en una fuente de trabajo para Inbenta. Se trata de la Teoría Sentido- Texto o TST del lingüista ruso Igor Mel'cuk, profesor del Departamento de Lingüística y Traducción de la Universidad de Montreal, según el cual la lengua es un mecanismo para producir sinónimos. Para Mel'cuk hay muchas formas de decir lo mismo y tenemos adquirido un proceso de repetir varias veces, con distintas palabras, una pregunta hasta que nos entiendan. ¿Cómo nuestro cerebro es capaz de interpretar frases muy distintas asociándoles el mismo sentido? Es

lo mismo que pasa con los números: se puede decir que una persona domina el cálculo cuando entiende que 2+2 es lo mismo que 3+1. La aritmética es sinónima. Y justo en esto es en lo que se basa Inbenta para desarrollar sus buscadores semánticos. Por si esto fuera poco, en los años 90 surgieron los Avatares con el fin de conseguir un diálogo “real” para llegar a una mejora de la calidad del servicio y reducir de forma considerable los costes dedicados a la atención al cliente.

*El Asistente de Iberia es capaz de recordar el nombre del usuario, confiriendo a las consultas un carácter personalizado que aumenta la confianza del usuario en los resultados obtenidos y, por consiguiente, en la compañía*

Ahora, además, Inbenta ha integrado a sus buscadores la funcionalidad de retención cognitiva, memoria y detección de contexto en las interacciones entre los usuarios y los asistentes virtuales. Esta nueva característica permite que los asistentes sean capaces de recordar elementos de la conversación mantenida con el usuario, consiguiendo así búsquedas más personalizadas y una mayor naturalidad en la conversación. Por ejemplo, el Asistente de Iberia, la compañía aérea líder en su sector, es capaz de recordar el nombre del usuario, confiriendo a las consultas un carácter personalizado que aumenta la confianza del usuario en los resultados obtenidos y, por



Mapa de las empresas de Silicon Valley.



*El mercado americano difiere de otros en la agilidad de los procesos de gestión. Allí funciona muy bien el networking mientras que, en España estamos empezando a funcionar con él*

*Además, las ayudas en EE.UU. son más desinteresadas. A esto se le suma la ventaja de que crear una empresa nueva no es muy difícil bajo la legislación de California*

consiguiente, en la compañía. Es un ejemplo real dentro de un espectro de posibilidades sobre el uso de la lingüística y la tecnología que quedan por llegar para cuya cristalización, seguramente, no falta mucho.

Las nuevas generaciones de usuarios o clientes son más online. Les gusta el autoservicio, poder plantear una duda y tener una respuesta inmediata. Esto hace que las empresas estén esforzándose por atender a los clientes vía *social media* y es lo que nos anima a continuar trabajando e investigando para conseguir una atención al cliente online que no difiera con el servicio humano.

#### 4 ¿Y ahora qué?

**I**nbenta piensa seguir creciendo y expandiéndose a países aún por descubrir sin descuidar nuestro negocio en Norteamérica. Es cierto que actualmente, existen en el mundo tres clústers del emprendimiento y la innovación similares a Silicon Valley; Israel, Singapur y Beijing. Los dos primeros comparten la particularidad de haber hecho de su necesidad y su crisis su fortaleza y Beijing, por su lado, cuenta con un potente ecosistema para el software. No obstante, el Valley puede presumir de tener peculiaridades que, por el momento, se desconocen en los países citados. Es un lugar pequeño donde la gente se conoce entre sí y donde es fácil reunirse con personas de otras empresas. El mercado americano difiere de otros en la agilidad de los procesos de gestión. Allí funciona muy bien el networking mientras que, en España por ejemplo, todavía estamos empezando a funcionar con él. Además, las ayudas en EE.UU. son más desinteresadas. A esto se le suma la ventaja de que crear una empresa nueva no es muy difícil bajo la legislación de California.

Es un conjunto de características que se han ido labrando durante décadas, una cultura excepcional, vibrante y que nunca decae. Desde que los niños son pequeños aprenden que crear una empresa es factible pero no fácil y que durante el camino se puede llegar al fracaso. Desde nuestra experiencia podemos confirmar que la aventura americana ha sido, y continúa siendo, muy positiva. Una vez que Inbenta abrió sus oficinas en Silicon Valley vislumbramos todo un abanico de posibilidades a través de las cuales podíamos cumplir nuestros objetivos de expansión y desarrollo de negocio. En el año 2013, diferentes fondos de capital riesgo e inversores tecnológicos se interesaron por nuestra tecnología y por nuestro rápido



Hollywood, otro de los destinos empresariales para la inmigración española, en este caso del cine.

crecimiento en grandes cuentas y en diversos países. Ha sido en 2014 cuando nuestra compañía ha conseguido levantar en una "Serie A" 2 millones de dólares con un fondo VC internacional.

Vemos con mucho optimismo el futuro. Ahora, con un gran equipo de expertos en diferentes campos del software, hemos abierto una nueva oficina en Chile, que se suma a las de Barcelona, Toulouse, Silicon Valley, Brasil y a las nuevas aperturas que se están dando en el norte de Europa. Esto lo ha posibilitado los importantes proyectos que se están llevando a cabo y los que están en marcha. Cabe destacar el reciente acuerdo con TicketMaster en EE.UU., donde es un gigante en su sector. Somos una compañía ambiciosa por naturaleza. Nuestro plan de negocio contempla una nueva versión, a 2 ó 3 años vista, de una "Serie B" de alrededor de 10 millones de dólares.

En definitiva, Silicon Valley es hoy una realidad para nosotros, aunque la decisión de

*Al igual que alguien que quiere triunfar en el cine puede plantearse ir a Hollywood, las empresas de software se hacen la misma pregunta sobre si ir al Valle o no*

lanzarnos no ha sido fácil. Al igual que alguien que quiere triunfar en el cine puede plantearse ir a Hollywood, las empresas de software se hacen la misma pregunta sobre si ir al Valle o no. En nuestro caso ha sido una decisión acertada, nos hemos armado de valor y hemos apostado fuerte, hemos apostado con todo y fracasar no es una opción para nosotros. Haz o no hagas, pero no intentes. Con esta mentalidad y convencimiento hemos establecido un proyecto que ya cuenta con clientes y que seguramente tiene un gran futuro por delante. Hay competencia, hay dificultades y obstáculos, muchos lo han intentado y han fracasado, otros siguen intentándolo con esperanza. Nosotros ya estamos en el Silicon Valley porque hemos creído. Pero esto es solo el principio, lo mejor está por llegar.