

NUEVOS ACTIVOS

NICHO DE MERCADO

LA FIRMA DE IGUALADA DESARROLLA PARA 'SMARTPHONE' ESTE TIPO DE HISTORIAS, QUE OFRECEN VARIOS FINALES EN FUNCIÓN DE LAS DECISIONES DEL LECTOR Y QUE ESTUVIERON DE MODA EN LOS AÑOS 80 Y 90.

Cubus Games traslada los librojuegos al móvil

Eric Galián, Barcelona

Los librojuegos renacen en el móvil. La firma tecnológica Cubus Games ha querido rescatar un tipo de relato que gozó de gran popularidad en los años 80 y 90 y que incluía múltiples finales en función de las decisiones del lector. Sagas como *Elige tu propia aventura*, *Dungeons and Dragons*, *Time Machine* o *Lucha Ficción* hicieron las delicias de miles de adolescentes de la época y han servido como inspiración para los librojuegos que Cubus Games ha desarrollado para *smartphone*.

La firma, que tiene su sede en el vivero de empresas Ignova Tecnoespai de Igualada (Anoia), fue creada hace dos años y medio por tres socios: Quim Garreta, Jordi Solà y Jaume Carballo. El equipo directivo fue reforzado meses más tarde con la incorporación de Albert Pons.

“Lo más atractivo de los librojuegos es que el lector toma parte del rumbo de la historia”, afirma Quim Garreta. Estos títulos han evolucionado desde la pura toma de decisiones hasta la inclusión de fichas de personajes y tiradas de dados. Cubus Games ya ha desarrollado seis títulos que aprovechan las prestaciones del móvil e incluyen música, imágenes y mecánicas propias de los videojuegos. El último de ellos, *The Frankenstein Wars*, fue financiado par-



Jaume Carballo, Quim Garreta, Jordi Solà y Albert Pons, socios de Cubus Games.

Claves de la firma

TECNOLOGÍA: Cubus Games utiliza tecnología NFC y dispositivos 'beacon' en sus aplicaciones.

FACTURACIÓN: La empresa ingresó 90.000 euros el año pasado y en 2016 prevé facturar 140.000 euros.

cialmente a través de una campaña de micromecenazgo en la plataforma Kickstarter, donde logró captar 8.000 euros.

Los libros de Cubus Games,

Los librojuegos de la firma, con un precio de hasta 3,5 euros, ya han recibido 170.000 descargas

IDIOMAS: Los seis librojuegos creados por la firma pueden descargarse en inglés. Tan sólo dos están disponibles en castellano.

FINANCIACIÓN: La empresa no ha acudido a rondas de financiación y sólo se

ha financiado con recursos propios.

PROYECTO: La firma está desarrollando un proyecto para ayudar a personas con problemas de salud mental a través de la narrativa interactiva.

que tienen un precio de entre 0,99 euros y 3,5 euros, ya han recibido más de 170.000 descargas, sobre todo, de los mercados estadounidense y británico. “La respuesta del mercado español ha sido muy pobre”, explica Garreta.

La empresa también ha puesto en marcha el proyecto *Culturapps*, con el objetivo de desarrollar aplicaciones interactivas por encargo de insti-

tuciones culturales. Por ejemplo, la firma ha diseñado una *app*, llamada *Origen*, para el Museu Agbar de les Aigües. También ha creado una aplicación, a instancias del Consell Comarcal de l’Anoia y la Diputación de Barcelona, con el propósito de dar a conocer los 25 castillos de la comarca a través de la historia de los personajes históricos que vivieron en ellos.

EMPRESAS CON PADRINO



Alberto Alcaraz y Alexis Roqué, fundadores de TribeScale.

TribeScale capta 285.000 euros en su primera ronda

Sònia Ribera, Barcelona

El mundo empresarial ha cambiado muy rápidamente en los últimos años y busca adaptarse a un entorno cada vez más global en el que la innovación es esencial, una evolución que lleva a encontrar nuevas formas de gestionar los equipos de trabajo.

En este contexto, la *start up* TribeScale, liderada por los emprendedores Alberto Alcaraz y Alexis Roqué, ha creado una aplicación móvil para potenciar el trabajo en equipo en las empresas a través de la mejora de la comunicación, la coordinación y el ritmo sobre la base de unos objetivos establecidos.

La compañía, fundada el año pasado en Barcelona, ha cerrado su primera ronda de financiación en la que ha obtenido 285.000 euros aportados por los inversores Nikolas Deskovic, de AutoScout24; Rolf Schröemgens, de Trivago; Markus Wolsdorf, de HWCaptial, y Reiner

Mauch, de Consos.

Con una plantilla de ocho trabajadores, su modelo de negocio se basa en la fórmula B2B *freemium*, con una versión *premium*. Para las empresas grandes, de más de 1.000 usuarios, diseñan propuestas de precio a medida y ofrecen la versión *premium* en modo de prueba por 30 días.

TribeScale ya está instalada en más de 500 empresas que han obtenido una reducción media del 80% del tiempo dedicado a reuniones y correos electrónicos.

Los fundadores quieren consolidar la aplicación dando respuesta a la idea de que “a medida que las empresas crecen pierden agilidad”, dice Alberto Alcaraz, CEO de TribeScale. “Por eso –añade– los líderes de cada sector trabajan a partir de una red de equipos; esto les permite lanzar iniciativas más rápidamente y ser más competitivos en un mercado, cada vez, más exigente”.

LA 'APP' DE LA SEMANA



EBANDO

La aplicación, creada por el emprendedor Jesús Márquez, es una plataforma que pone a disposición de entidades como ayuntamientos, asociaciones, centros educativos y empresas un canal de comunicación directo con los vecinos, socios o clientes de forma instantánea y completamente anónima. Este sistema de comunicación está pensado para cubrir las zonas donde los sistemas actuales no dan cobertura como urbanizaciones o áreas rurales. Permite además mantener al usuario informado cuando se encuentra fuera de la población.

LO MEJOR

- La aplicación contribuye a una comunicación accesible y permite su eficacia.
- eBando genera cohesión y organización comunitaria alrededor de los mensajes comunicativos.

LO PEOR

- El sistema de comunicación que propone es unidireccional, ya que los usuarios no pueden dar respuesta a los mensajes.
- La 'app' no permite la interactividad entre los usuarios.