



>> Xavier Verdaguer, TMT Factory
Pantallas, pantallas, imás pantallas, por favor!
www.tmtfactory.com, www.ayg.es, www.xavierverdaguer.com

Xavier Verdaguer es el consejero delegado de TMT Factory, una factoría de productos innovadores en el sector media y de las telecomunicaciones que tiene cerca de 4.000 pantallas instaladas en el mercado. Pero sobre todo es un emprendedor de raza que transmite entusiasmo por todos los poros porque es un comunicador nato, como lo demuestra en su blog *Bitácora para el recuerdo de pequeñas cosas que no quisiera olvidar*. Y es que en la conversación con este joven directivo de dilatada experiencia, siempre traslucen aspectos personales como el agradecimiento a su madre, socia incondicional durante los casi 11 años de la aventura TMT Factory. «Hasta que con la reciente entrada del grupo suizo de *private equity* [capital riesgo] AYG, pude devolverle su apoyo comprándole su parte por 1,5 millones de euros», explica Xavier. Ya lo dice el refrán: «Es de bien nacidos ser agradecidos».

En octubre del año pasado TMT cumplió 10 años. Xavier comenzó en 1997 con 25 años trabajando desde casa y haciendo socia a su madre. Fundamentalmente trabajaban produciendo contenidos multimedia para el mundo puntocom y, en 2001, cuando estalló la burbuja tecnológica, eran ya 25 trabajadores. «Nos arruinamos, pero decidimos seguir y reorientarnos a desarrollar producto propio, software, para terceros siempre mediante licencias», explica Verdaguer. Contrataron a gente como Luigi Ceccaroni, especialista en inteligencia artificial que venía de Silicon Valley, que desde entonces es responsable de I+D en TMT. «En 2005 constituimos una subcompañía, Integra Interactive, para comercializar el primer producto propio que empaquetamos: Integra TV. Un sistema de televisión interactiva para terceros, fundamentalmente para hoteles, hospitales y banca. Para esta compañía se hizo una ronda de capital riesgo de 1,5 millones de euros con inversores de Madrid y Zaragoza. En paralelo, TMT siguió haciendo innovación y desarrollando producto propio con acuerdos con universidades etc. Hasta que este mismo año AYG, del grupo EFG International, decidió invertir capital *private equity* en una operación total de seis millones de euros que ha permitido fusionar TMT e Integra TV; y en la que los empleados han tenido una parte a su disposición en *stock options*».

TMT nunca produce hardware ni realiza instalaciones, sino que lo externaliza; y su *core* son los contenidos y su gestión, y el software de distribución. La empresa está a punto de abrir oficinas en Madrid y Dubai, además de las tres sedes de Cataluña (Barcelona-Nord, Torre Mapfre y Vic) y se organiza actualmente en tres grandes áreas: negocio, finanzas y calidad, y *factory*. Este tercer departamento engloba los departamentos de innovación; investigación, que analiza la viabilidad económica de lo que hacen en innovación, y desarrollo y contenidos. «Porque somos fundamentalmente una factoría de productos propios e innovadores», afirma Xavier Verdaguer.

De sus 44 empleados, la mitad son ingenieros, que desarrollan producto tecnológico propio, y el resto perfiles de marketing dinámico, diseñadores, contenidos y usabilidad. Los proyectos de TMT son llave en mano y se ofrece al cliente un producto completo: la tecnología, pero también la definición y diseño del canal *ad hoc* para cada cliente, el desarrollo de contenidos propios y la gestión de contenidos de terceros. TMT tiene acuerdos con SGAE para los derechos musicales; con Fox, Paramount, Dreamworks y Universal para películas; con Movisoft para videojuegos, y con EFE, Vocento Prisa y Grupo Godó para noticias. «Las empresas no quieren una pantalla sino una solución. Nosotros somos una empresa de tecnología y de contenidos, y gracias al equilibrio entre ambos podemos lanzar productos de base tecnológica, pero con mucha visibilidad en cuanto a las pantallas», explica su consejero delegado. Entre sus clientes se encuentra la cadena Barceló Hoteles, Deutsche Bank, Caixa de Sabadell, Bancaja, la clínica Teknon, Farggi o Gas Natural.

La actividad de I+D de TMT es notable y ha conseguido cerca de cuatro millones de euros de subvención pública para producto propio porque «toda nuestra tecnología es propietaria», remarca Xavier Verdaguer. Entre los proyectos que han nacido en TMT, el más novedoso es Smartpoint, una iniciativa entre TMT, una micro-pyme y la Fundación Dúctil Benito, una gran empresa con más de 23.000 clientes, que recibió el año pasado el premio a la Cooperación Empresarial en la 9ª Edición de los Premios Barcelona d'Ofici Emprendora. Se trata de un nuevo canal publicitario e informativo para los ciudadanos: pantallas interactivas en la calle o en grandes infraestructuras como el metro con un innovador diseño de mobiliario urbano que incluye una pantalla de LCD y tiene un sistema antivandalismo; ofrecen todo tipo de contenidos audiovisuales, ya sean informativos o publicitarios, y se actualizan vía Wi-Max. «Como dijo Alfons Cornella cuando lo vio, esto es ubicuidad, es decir, información ubicua adaptada al lugar donde la consumes», explica Verdaguer.

TMT tiene muchas más innovaciones en el cajón esperando a salir: un espejo interactivo que habla o un motor de recomendación en televisión interactiva, entre otras. También realizan mucha investigación en accesibilidad y tienen un acuerdo con la ONCE, además de participar con ellos y otras empresas en un proyecto CENIT de 24 millones de euros para el desarrollo de interfaces accesibles. Están desarrollando además para iPhone, y una característica de todas sus pantallas es que permiten descargar contenidos al móvil gracias a una tecnología propietaria vía wifi.

A la cabeza del departamento de innovación, TMT Innovation, están Diego Paredes, director de innovación, y Ariadna Mateu, directora creativa. «Nosotros entendemos la innovación de dos maneras: por un lado, innovar en producto propio y, por otro, innovar en nuevos conceptos de oficina y nuevas estrategias de *management* y sistemas de trabajo que aplicamos en TMT. Por ejemplo, nadie tiene un lugar fijo para favorecer la movilidad dentro de la oficina y el intercambio de conocimiento», explica Xavier Verdaguer. Actualmente, la media de edad es de 30 años y las nuevas contrataciones están en la franja de los 22-24 años, la *gamer generation*, «creativos, sin miedo al fracaso, muy resolutivos y muy orientados a objetivos, aunque, eso sí, si les das libertad para trabajar. Algo que para nosotros no es problema porque tenemos una estructura bastante plana», concluye Xavier. Por algo TMT ha evolucionado su lema del *If you dream it, we can do it* al actual *Innovation*.•

«Las empresas no quieren una pantalla sino una solución»