

INICIATIVAS

Dos españoles del MIT crean Pixable para hacer álbumes desde Facebook

CIBERP@ÍS

Andrés Blank, Alberto Sheinfeld y el español Patricio Martínez se reunieron en el apartamento del también español Iñaki Berenguer en Cambridge y de ahí salieron con una *start up*, Pixable, una aplicación para formar álbumes con las imágenes de Facebook. Los cuatro, de raíces españolas, completan un MBA en el Massachusetts Institute of Technology, en Cambridge, pero tienen una amplia experiencia en el mundo tecnológico. Patricio Martínez, con estudio en Valencia, trabajó para ONO y HP; Andrés Blank fundó tres empresas en Venezuela; Berenguer, el más experimentado, ha pasado por el Cambridge británico, Columbia y ahora el Cambridge norteamericano. Berenguer fundó hace



Iñaki Berenguer.

dos años Bopphy, una empresa de semiconductores.

Del apartamento de Berenguer salió algo muy sencillo, pero tremendamente útil para el gran público. Pixable permite a los internautas crear e imprimir álbumes de fotos empleando el contenido de su Facebook, incluyendo los comentarios y las etiquetas de cada imagen. La principal ventaja es que Pixable reduce a una décima parte el tiempo que se destina para crear estos álbumes y, además, permite la creación de álbumes impresos que son entregados a domicilio.

Pixable también es capaz de buscar las imágenes de Facebook según las etiquetas —por persona, viajes o el nombre del álbum— con que está catalogada en la red social más popular de Internet.

La iniciativa desarrollada por el grupo de estudiantes, entre los que están los cofundadores españoles Iñaki Berenguer y Patricio Martínez, surgió cuando se dieron cuenta de lo difícil que resulta y el tiempo que conlleva imprimir las fotos de Facebook, tarea que actualmente implica descargar las fotografías una por una para organizarlas de nuevo por carpetas. Berenguer ha trabajado en NEC, HP, Intel y Microsoft antes de pasar por el MIT.

Pixable es una de las 28 *start-ups* que competirán en la primera edición de la Global Entrepreneurship Competition que se celebrará en el marco de HiT Barcelona, cumbre mundial sobre innovación que se celebrará del 17 al 19 de junio en Barcelona.

PIXABLE: www.pixable.com

EMPRESAS



Marko Ahtisaari, consejero delegado y cofundador de Dopplr.

M.A.M.

Ahtisaari: "No somos una red social, vamos a contracorriente"

Dopplr, la herramienta social para compartir viajes, arrasa entre los directivos ● Con 150.000 registros, será rentable en 2010, dice su fundador

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

Es difícil sacar a Marko Ahtisaari de sus casillas. Este finlandés de 40 años, licenciado en música y filosofía, y ex compositor profesional, habla con calculada pasividad nórdica. Hasta que se le pregunta por la moda de revelar al mundo lo que hacemos a cada segundo. Salta como un resorte.

“¿Qué es eso de ‘perdona, no puedo hablar contigo ahora, tengo que *tweetear*’? ¡Saquemos la tecnología de en medio!”, dice nervioso, a la vez que suelta el primer taco y se revuelve en la silla.

Nadie diría que Ahtisaari es cofundador de una de las aplicaciones que más interés despiertan en la Red: Dopplr, un híbrido de comunidad virtual y guía *online* de viajes que permite revelar a un reducido grupo de personas y con antelación nuestras próximas escapadas. “Queríamos sustituir las noches solitarias de hotel con cenas entre antiguos compañeros de trabajo o amigos. Así nació todo”.

Apenas año y medio después del lanzamiento, Dopplr se ha hecho un selecto hueco entre la élite de directivos que viven de avión en avión. Arrasa entre empleados de Nokia, IBM o Sun Microsystems, y cuenta con 150.000 miembros. El 80% viaja por trabajo unas 15 veces al año y casi un tercio gana más de 70.000 euros al año. Pesos pesados como Reid Hoffman, consejero delegado de LinkedIn, y Thomas Glocer, máximo responsable de Thomson Reuters, han invertido en la idea.

“Diseñamos el servicio para ser privado y educado”, explica Ahtisaari. Y tal vez ahí radique el acierto. Frente al delirio de las grandes redes,

al exhibicionismo de fotos y constante flujo de actualizaciones, Dopplr apuesta por todo lo contrario: intimidad y privacidad a fuego lento. “Es una herramienta elegante y cuidada. Piensa en el millón y medio de personas que leen *The Economist* y aprecian la calidad. Ése es nuestro objetivo”.

En las cifras, Dopplr no es tan diferente. No da beneficios, aunque esperan cubrir gastos el año que viene. Para ello confían en dos aspectos diferenciales. Por una parte, un crecimiento mensual del 34% en el número de visitantes. Por otra, más interesante, su modelo de negocio. Nada de publicidad. “Con nuestra audiencia no sería lo ade-

cuado. Y para Facebook y compañía, los números hablan por sí solos”. Y los números, efectivamente, hablan de ínfimas *ratios de clic* en *banner*s del 0,04%.

Ahtisaari cree que el camino pasa por la generación de transacciones. Sus miembros recomiendan los hoteles más originales, los eventos con auténtico sabor local, los restaurantes escondidos... Si alguien acaba reservándolos por Internet, Dopplr se lleva un ingreso por haber generado la compra. Planean, además, crear guías de papel, *online* y de móvil.

“Disponemos de los consejos de viajeros experimentados. Son datos por los que muchos pagarían”. Para hacer ruido, se han abierto a los buscadores, indexando esas recomendaciones de tesoros por descubrir. La idea es convertirse en una fuente única de información sobre viajes, accesible a cualquiera a la vez que selecta para los miembros registrados. Un complicado balance. “Si no hay conflicto, no hay interés”, recuerda Ahtisaari.

Calcula que la crisis reducirá el 10% el número de viajes, pero no le preocupa el futuro ni el hecho de que a sus colegas americanos les cueste comprender el concepto que intenta implantar.

“Dopplr no es una red social, vamos a contracorriente. No hablamos de amigos, sino de compartir tus datos de viajes. Es pura información. A esto algunos norteamericanos lo llaman ‘falsa amistad’. ¿Pero qué diablos es eso!”. Su flemma finlandesa se vuelve a esfumar al pronunciar el término anglosajón, aunque se controla. “En definitiva somos una aplicación muy europea, privada y discreta”. A contracorriente.

DOPPLR: www.dopplr.com

DELITOS

Detenido un violador que emitió su acción en directo a través de Internet

CIBERP@ÍS

Un joven de 20 años ha sido detenido en Arizona por violar una mujer y emitir el acto en directo a través de una *webcam* en Internet. Los hechos sucedieron el pasado mes de febrero. Tras una noche de fiesta, el joven abusó sexualmente de su compañera de aquella noche cuyo estado de ebriedad parece ser que le impidió ser consciente de lo que estaba sucediendo.

El joven, antes de violarla, enfocó una cámara *web* de su portátil y ofreció en directo a través de Internet (en *streaming*) su asalto sexual. La escena se prolongó durante una media hora con el añadido de comentarios *jocosos* e insultantes por parte del violador.

Un internauta que contempló en su ordenador la escena avisó a la policía pero ésta ha necesitado tres meses para localizar rastros de aquella emisión en directo, no grabada.

Aunque en determinados círculos delictivos es frecuente la distribución de grabaciones de sus acciones, por ejemplo en el caso de la pedofilia, ya resulta menos frecuente que éstas se ofrezcan en directo.

El año pasado, un joven de 19 años de Florida emitió en Internet su propio suicidio. Mientras, 185 internautas avisaron a la policía de lo que estaban viendo, otros se dedicaron a jalearse al joven para que concluyera el acto con mensajes el tipo “haz un favor al mundo”.

INDUSTRIA

El grupo AIA obtiene en EE UU la patente de su sistema de gestión eléctrica

CIBERP@ÍS

El grupo Aplicaciones en Informática Avanzada (AIA) ha obtenido en Estados Unidos la patente de su sistema y metodología de gestión de las redes de transmisión y distribución eléctricas.

La tecnología ha sido desarrollada por el físico Antonio Trías Bonet, cofundador del grupo AIA. “Es el reconocimiento a nuestro modelo de cálculo de la ecuación eléctrica para optimizar el control y minimizar las pérdidas de las redes eléctricas”, comentó Regina Llopis, presidenta y consejera delegada de AIA.

La metodología de este grupo catalán fue empleada en Estados Unidos para resolver los problemas de distribución eléctrica en sur del país, y posteriormente se ha aplicado en otros países, además de en España.

Ahora, la patente aprobada, reduce significativamente los tiempos de respuesta ante un apagón, mediante una visión completa del estado de transmisión de la red, la capacidad de procesar largas cadenas de datos y la posibilidad de gestionar operaciones en tiempo real.

AIA: www.aia.es