

Emprendedores

Siempre supimos que lo nuestro era el emprendimiento y nos lanzamos a tiempo completo a por ello

Boxvot es una red social especializada en ocio cuya clave del éxito es llevar “el boca a boca” del ocio a Internet



Equipo que integra Boxvot, la red social del ocio.

Esther Ramo. Comunicación ESPAITEC

Cansados de perder el tiempo y no conseguir resultados cada vez que buscaban información online para organizar su tiempo de ocio, Vicente y Juanjo lo vieron claro. Hacía falta una red social especializada en ocio que permitiera llevar “el boca a boca” del ocio a Internet.

De esta forma, los jóvenes castellonenses Vicente Solsona y Juan José Traver, dos amigos desde el instituto y apasionados de Internet, decidieron lanzar Boxvot al mercado a finales de 2012. “Siempre supimos que lo nuestro era el emprendimiento y en 2012, cuando empezó a germinar la idea de Boxvot, nos lanzamos a tiempo completo a por ello”, afirma Vicente.

Vicente es Ingeniero Industrial de formación, cuenta con experiencia en proyectos tecnológicos de I+D+i y acompañamiento a empresas para la expansión internacional. Juanjo es Economista con experiencia en banca y dirección financiera en PYMES industriales. Ambos lideran a un equipo multidisciplinar de 9 personas, todos con formación universitaria y un gran compromiso

en el proyecto. “Entre los 9 nos complementamos para cubrir todas las necesidades de Boxvot, en el grupo fluye la creatividad, se aprecian las ganas de crecer a nivel personal y de ayudar a expandir la empresa”, comenta Juan José Traver, quien empieza a sentir la satisfacción de ver que los esfuerzos empiezan a dar sus frutos.

Actualmente Boxvot cuenta con más de 30.000 sugerencias de ocio compartidas por los usuarios de casi todas las provincias españolas. Además, en octubre lanzaron Boxvot México, primera parada en su plan de expansión por Latinoamérica.

Os definís como una red social especializada en ocio. ¿Qué ofrecéis para seguir funcionando entre tanta oferta de redes existentes en el mercado?

Lo que nos hace diferentes es una combinación de factores. Por un lado, son los usuarios los que comparten de forma proactiva sus experiencias de ocio favoritas. Esta información la organizamos en forma de rankings, que no son más que preguntas cuyas respuestas se ordenan por número de votos. De esta forma, conseguimos clasificaciones

Emprendedores

democráticas en función de los gustos de la gente y fomentamos la competitividad entre usuarios, que quieren que sus sugerencias cuenten con el respaldo de la comunidad.

Facebook acaba de cumplir 10 años, ¿les queda mucho a las redes sociales tras el boom de los últimos años?

¿Cuáles son las tendencias en la oferta de redes sociales?

Actualmente el 90% de los españoles ya son usuarios habituales de redes sociales y el crecimiento en la creación de nuevos perfiles está siendo bastante sostenido. Es una manera complementaria de relacionarnos entre nosotros, y una vez que estás integrado en una comunidad, lo normal es que no la abandones. La tendencia actual es que las redes sociales se vayan especializando, es decir, que cada temática tenga sus propias plataformas online.

¿Disponéis de aplicación móvil?

Sí, lanzamos la aplicación móvil para iOS en septiembre como complemento a la navegación por la web. Funciona por geolocalización y tiene el valor añadido de poder ver rápidamente qué destacan los usuarios de cada sitio, así que tomas tus decisiones conociendo la opinión de la gente.

¿En qué sectores operáis? ¿Cuáles son vuestros principales clientes?

Como red social especializada en ocio, tienen cabida dentro de Boxvot todos los negocios relacionados con la restauración, el deporte, la cultura, la belleza, los viajes o el ocio nocturno. Nuestros principales clientes son pequeños negocios del sector que apuestan por una estrategia de promoción por diferenciación.

¿Cuál es vuestro modelo de negocio?

Nuestro modelo de negocio es freemium. En Boxvot los usuarios comparten sus negocios de ocio favoritos de forma gratuita, y estos empiezan a recibir visitas. A partir de aquí, les ofrecemos la posibilidad de aprovechar su presencia en la red social con una serie de paquetes promocionales para transformar esa visibilidad, obtenida de forma natural, en clientes.

¿Qué os ha resultado más difícil en todo este camino?

Lo más difícil para nosotros está siendo el acceso a la financiación. Hemos lanzado Boxvot en un momento en que el crédito bancario es inaccesible, hay fuertes recortes en las ayudas públicas tanto a nivel nacional como regional y también se han reducido las inversiones privadas, sobre todo en proyectos en fase semilla. No obstante



Vicente Solsona y Juanjo Traver fundadores de Boxvot

La tendencia actual de las redes sociales es la especialización, es decir, que cada temática tenga sus propias plataformas *online*.

conseguimos cerrar una primera ronda de 150.000€ con coinversión pública y privada, que nos ha permitido posicionarnos a nivel nacional y dar el salto internacional.

Tengo entendido que estáis buscando una segunda ronda de financiación de entre 110.000 y 160.000 euros para 2014. ¿Qué consejos daríais a emprendedores en búsqueda de financiación?

Actualmente estamos en plenas negociaciones con diferentes inversores privados para cerrar una primera ronda de 110.000 euros. Por otro lado, estamos buscando 50.000 euros a través de una plataforma muy novedosa de equity crowdfunding, queremos que gente que ha mostrado interés por ser socios de Boxvot, tengan un canal de inversión ágil con tickets para todos los bolsillos. El consejo que daría a otros emprendedores que quieran cerrar una ronda es que estén abiertos a la coinversión, que busquen también líneas públicas y, sobre todo, que empiecen a negociar con tiempo, ¡son procesos muy lentos! |