



Carles Arnal, CEO de Koobin, posa en la sede de la empresa, en el Parc Científic i Tecnològic de la Universitat de Girona. / EDDY KELELE

> INTERNACIONALIZACIÓN

El sistema de entradas de Koobin dará el salto a Europa

La empresa de Girona traspasará fronteras el próximo año añadiendo nuevos servicios, como una guía para el móvil para saber dónde está tu butaca. Por **Pau Esparch**

La forma de comprar una entrada anticipada para un evento cultural o deportivo ha cambiado en muy poco tiempo: de las taquillas se ha pasado a los cajeros automáticos, hasta llegar a la venta por internet. En el sistema virtual, aún se combina la impresión en papel de las entradas desde casa con la posibilidad de descargarlas en el teléfono móvil. Koobin es una de las empresas que hizo realidad esta última innovación hace más de un año, aprovechando el lanzamiento de la *app* Passbook de Apple que permite guardar los tickets ordenadamente en los dispositivos portátiles. La compañía, ubicada

en el Parc Científic i Tecnològic de la Universitat de Girona, ofrece un *software* que permite a sus clientes gestionar sin intermediarios la venta de entradas para todo tipo de actividades y a través de internet. La Euroliga de baloncesto, el Palacio de las Artes Reina Sofía de Valencia y el Museo Picasso de Málaga, además de ciertos teatros de Barcelona, son algunas de las instituciones que han utilizado los servicios de Koobin en el último año.

La empresa nació en 2010 aun- que su director ejecutivo, Carles

Arnal, empezó a desarrollar este producto a principios de siglo cuando trabajaba en otro proyecto. Arnal, junto con el ex director de *marketing* de la Liga ACB de baloncesto, Fernando Martín, puso en marcha la compañía que en sólo dos años ha conseguido duplicar sus resultados económicos. En 2012 tuvo una facturación de unos 400.000 euros –el doble que

Su sistema se ha utilizado para vender entradas de la Euroliga de baloncesto y del Museo Picasso, entre otros

el ejercicio anterior– y para esta anualidad Koobin espera «superar los 600.000 euros con toda seguridad». Arnal también destaca que la empresa comenzó con seis trabajadores, mientras que ahora la plantilla es de 14 personas y con la previsión de que aumente en los próximos meses.

Dentro de este crecimiento, Koobin plantea la incorporación de nuevos servicios. Uno de éstos es una *app* para dispositivos móviles que se podrá descargar gratuitamente, una vez comprado el ticket, y que hará la función de guía.

Según Arnal, el objetivo de este sistema es que «una persona que no ha estado nunca antes en el lugar donde se celebra la actividad pueda encontrar fácilmente los lavabos, el bar e incluso su asiento, ya que la aplicación sabrá cuál es tu butaca».

Aparte de innovar, la compañía pretende dar el salto a Europa en 2014. Arnal explica que Koobin quiere recuperar la presencia en Alemania –donde hace tres años estuvo operativa una filial, hasta que su socio tecnológico alemán abandonó el proyecto– y destaca la «facilidad» para internacionalizar el negocio porque el 90% del trabajo es telemático. Además, la empresa tiene una filial en Turquía –con el apoyo de un *partner*– desde el año pasado, puesto que se hizo cargo de la venta de entradas de las finales de la Euroliga de 2012 que tuvieron lugar en Estambul. Con todo, el director ejecutivo de Koobin asegura que la sede central se mantendrá en Girona y avanza que la compañía ha estudiado otras alternativas de crecimiento, aunque por ahora ha descartado instalarse en EEUU, China o América Latina.

Arnal reconoce que una de las preocupaciones de asumir la gestión de la venta de tickets es el fraude: «Que se plagien las entradas y que, entonces, existan du-

plicidades». No obstante, afirma que en los tres años de vida de Koobin no se ha producido ninguna copia y sólo se ha registrado un 0,018% de intentos de fraude, «en todos los casos porque el portero había dejado pasar a una persona sin billete». Otra de las inquietudes de la empresa es evitar las caídas de los servidores, y con el uso de la *nube* se pretende poner fin a esta problemática.

Un año y medio atrás, Koobin se convirtió en la primera compañía de Europa que estrenó la venta de entradas mediante las redes sociales. «Cuando has comprado el asiento, puedes compartir la adquisición en Facebook o Twitter; si uno de tus amigos también quiere asistir al mismo evento, sólo tiene que hacer clic al enlace y el programa le indicará dónde es su butaca, para que pueda situarse al lado», destaca Arnal, quien añade que una vez se vendieron 21 localidades empleando este mecanismo. El director ejecutivo avanza que se continuará potenciando la innovación, al mismo tiempo que la compañía estudia la incorporación de un socio tecnológico para poder hacer frente a todos los retos de futuro.

TWITTER

La sección recoge mensajes en la red social sobre innovación, en 140 caracteres.

Por **Andrea Pelayo**

«Usa tu fuerza en cambiar lo que no te gusta»

@GemmaMR «He fallado una y otra vez en mi vida, por eso he conseguido el éxito» #MichaelJordan #BuenosDías

@pau Curioso, podemos twitear 140 caracteres y tener una bio de 160. El ego debe ser más grande que lo que tenemos que contar. via @Ipfarre

@xavisorinas la noti optimista del día: abren la primera red social para daneses que quieren tener hijos y no tienen con quién www.babyklar.nu #bondia

@NuriaSubirana @AIJEC dinar amb el conseller Mas-Colell. M'ha quedat clar. 1r exportar, 2n exportar, 3r exportar.

@Netmarkcr Movistar eliminará el compromiso de permanencia en los contratos móviles

@punxin Si Apple saca un iPhone low-cost, mal porque no es su filosofía. Si no saca un iPhone low-cost, mal también por no haberlo sacado.

@aleshammah La granja eólica acuática más grande en el mundo, Horns Rev dos en #Dinamarca



@overcito iPhone low cost? Low cost es un vuelo Ryanair con emociones incluidas por 20 pavos, no un teléfono por 600...

@garciadiequez7 No uses tu fuerza en quejarte, úsala en cambiar lo que no te gusta. Si tienes fe en algo que sea en ti #actitud #pasión #esfuerzo #trabajo