

Entrevista a AleaSoft del periódico español *La Vanguardia*

Antonio Delgado Rigal, Director General de AleaSoft, fue entrevistado por el periódico español *La Vanguardia* que publicó el artículo el lunes 7 de septiembre de 2015

Aleasoft prevé dar el salto

Por Mar Galtés

Antonio Delgado explica que llegó de Cuba a Barcelona hace veintidós años para cursar un doctorado en Inteligencia Artificial en la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC). "En mi tesis doctoral creé una metodología, basada en la combinación de estadística y redes neuronales, y lo apliqué al sector de la energía para hacer mejores previsiones de consumo y de precios del mercado eléctrico. La electricidad no puede almacenarse, y las previsiones son fundamentales". De ahí salió en 1999 Aleasoft, que se convirtió en la primera empresa invertida por el programa Innova de la UPC, pionero en la implicación de las instituciones para fomentar la creación de startups.

El primer cliente de AleaSoft fue Endesa: en aquella época se creó el mercado eléctrico liberalizado, y después empezaron a trabajar para Unión Fenosa, Gas Natural, Iberdrola, Viesgo, Red Eléctrica, pequeñas comercializadoras... "También hacemos previsiones de producción eólica, solar... En España, el consumo depende fundamentalmente de la temperatura. En otros países, como los nórdicos, influyen mucho el viento o la luminosidad". Hacen previsiones hora a hora, a tres días, o a tres años... Delgado explica: "Llevamos 16 años en el mercado, y nuestra metodología, la combinación de las herramientas de estadística y redes neuronales, sigue siendo novedosa: es nuestra ventaja competitiva". En el 2014, con una plantilla de 15 personas (cuatro son doctores) en Barcelona, la compañía facturó 1,2 millones de euros, con un beneficio neto de medio millón, explica. El 60% de su negocio está en España, y el resto, en Italia, Noruega, Bélgica, Alemania, Francia o Reino Unido. Su modelo de negocio se basa en la venta de las previsiones o de la herramienta.

Hace tres años, la UPC salió del accionariado de Aleasoft, que se valoró en cinco millones de euros. Hasta ahora, la compañía había mantenido "un crecimiento lento, conservador". Pero este año ha puesto en marcha un plan para acelerar, explica Delgado. En una primera fase, el objetivo es crecer en Europa Occidental: en el 2016 prevé prácticamente duplicar y llegar a facturar dos millones. "La mayoría de los recursos los invertimos en I+D, perfeccionando nuestros modelos, y tenemos que ser más agresivos comercialmente". Este año, la empresa prevé incorporar a diez personas más.

En una segunda etapa, Aleasoft se propone llegar a Estados Unidos y Asia y no descarta comprar allí alguna compañía. El plan es que "dentro de cinco años, Aleasoft puede valorarse en 25 millones". Para conseguirlo, buscarán inversores o alianzas estratégicas. "Pero no tenemos ninguna urgencia. Nuestra prioridad es mantener el equilibrio entre facturación y rentabilidad".