

Red Points es una empresa tecnológica que protege a más de 400 marcas contra la falsificación, la piratería y el fraude en Internet. Según la OCDE, España es el décimo mercado en el mundo más afectado por bienes falsificados, que en todo el mundo alcanza un valor monetario de unos

500.000 millones de dólares anuales, así que su CEO, Laura Urquizu, señala que, si bien el grupo no deja de crecer en nuestro país, su apuesta también es internacional, sobre todo, con la vista puesta en EE UU. “Esperamos que éste sea un año de gran crecimiento”

Laura Urquizu, CEO de Red Points

“Somos capaces de eliminar más de 300.000 incidencias al mes para nuestros clientes”

■ Nuria Díaz

— **¿A qué se dedica concretamente una empresa como Red Points?**

— Red Points es una empresa tecnológica que protege a más de 400 marcas, así como también a sus consumidores, contra la falsificación, la piratería y el fraude en internet. Fundada por Josep Coll y David Casellas, Red Points es liderada por mí desde 2014. Desde entonces, nuestro crecimiento ha sido impresionante.

La prestigiosa revista WIRED acaba de reconocer a Red Points como la primera de las 10 start-ups más hot de Barcelona, de entre las 100 más importantes de Europa. El secreto del éxito está en la apuesta por la tecnología en un sector legal tradicionalmente enfocado en el servicio. Red Points ha creado una solución tecnológica que no solo monitorea, también mitiga el problema de la falsificación y el abuso de marca online. Gracias a ello, somos capaces de eliminar más de 300.000 incidencias al mes para nuestros clientes, que incluyen grandes marcas de los sectores de la moda, deportivo, editorial y del entretenimiento.

— **¿Qué accionistas están detrás?**

— Además de inversores iniciales y businessangels, Red Points está invertido por algunos de los principales fondos de capital de riesgo de Europa, como EightRoads Ventures, Northzone y Mangrove Capital Partners. Red Points ha tenido 2 rondas de inversión (serie A y B) con un total de más de 24 millones de euros.

— **¿Cuáles son sus principales cifras económicas y cuáles sus previsiones para este año?**

— Solamente en el 2017 la empresa ha crecido el 350% en términos de facturación. En el 2018, Red Points ha pasado de ser una empresa de 75 a 170 empleados, parte de ellos incorporados a la nueva oficina en Nueva York que se abrió a inicios del año. Para 2019, estamos convencidos de que Red Points seguirá creciendo, tanto en facturación como en empleados.

— **¿En qué punto están de su expansión internacional?**

— La apuesta actual es por el crecimiento que está fijada en Estados Unidos, puesto que actualmente el 95% de los acuerdos comerciales se hacen con empresas estadounidenses. Tal vez incluso en un futuro cercano se decida abrir una segunda oficina allí.

— **¿Qué nuevos productos preparan?**

— Recientemente, hemos lanzado un nuevo producto llamado Online Distribution Compliance (ODC), que resuelve un gran problema de todas las empresas que trabajan con la distribución en internet: el control sobre distribuidores. Hay actualmente una gran dificultad por parte de



AL TIMÓN

Laura Urquizu, con más de 20 años de experiencia profesional, es la consejera delegada de Red Points, www.redpoints.com, una compañía dedicada a la innovación en la protección de la Propiedad Intelectual *on line*. Se unió al equipo emprendedor en 2014, y desde entonces está liderando la disrupción en la protección del *copyright* y de las marcas *on line*. Laura Urquizu transformó la

compañía en un modelo de empresa SAAS (*Software As A Service*) y está consiguiendo la internacionalización y comercialización global de su plataforma tecnológica, fundamentalmente en Europa y ahora en EE UU, siendo su siguiente paso APAC (Asia Pacífico), alcanzando crecimientos del 200% anuales. Anteriormente fue ejecutiva en importantes compañías como

Arthur Andersen, Corporación CAN o Caja Navarra, donde ocupó la responsabilidad de la Dirección de Tecnología, Banca Electrónica y Medios desde el Comité de Dirección de la entidad. Posteriormente, fue consejera en un importante número de empresas tecnológicas, entre ellas Abiquo, Lokku, Nestoria, Infodesa, Spamina, Adecq (Best TV) o instituciones como CEIN.

las empresas para visualizar y controlar lo que otros asociados hacen con sus productos en plataformas de e-commerce, redes sociales y en internet en general.

Gracias al ODC de Red Points, las marcas pueden controlar en tiempo real cómo actúan sus distribuidores de manera acordada o correcta en Internet. Nuestra solución ofrece el rastreo de precios, inventario y alertas de canales no autorizados. También ofrecemos plantillas editables y

“Solamente en 2017, la empresa ha crecido el 350% en términos de facturación. En 2018 ha pasado de ser una empresa de 75 a 170 empleados, parte de ellos incorporados a la nueva oficina en Nueva York”

“Recientemente, hemos lanzado un nuevo producto llamado Online Distribution Compliance (ODC), que resuelve un gran problema de todas las empresas que trabajan con la distribución en internet: el control sobre distribuidores”

personalizadas para que nuestros clientes puedan avisar a sus asociados sobre esos problemas. El nuevo producto lleva a cabo informes para que nuestro cliente recoja datos y les ayude a evaluar sus actuales y futuros acuerdos, además de ayudarles en sus decisiones de negocio.

— **¿Qué beneficios concretos tienen las marcas a la hora de contratar Red Points?**

— La razón por la que crecemos tanto es porque empresas de todos los tamaños entienden y ven rápidamente el retorno que trae Red Points. En relación con el retorno, este puede ser valorado económicamente, así como también a nivel de reputación de la marca.

Algunos de nuestros clientes nos han contactado justo después de haber lanzado un producto nuevo y original en el mercado, asustados y preocupados porque habían visto en redes sociales gente comprar un producto idéntico al suyo, pero que no era el original. Este es el caso de FoodHuggers, por ejemplo, quienes invirtieron todo lo que tenían en una idea, para luego pasarse días y noches intentando eliminar los productos falsos de Internet. Cuando se dieron cuenta de que no podían competir contra la falsificación online ellas solas, se pusieron en contacto con Red Points y gracias a nuestro trabajo, se pudieron centrar en sus produc-

tos y en sus ventas. Las famosas y prestigiosas marcas 100% y Knockaround contactaron con nosotros cuando se dieron cuenta de que las falsificaciones estaban poniendo en peligro su reputación. Ambas marcas venden gafas de sol, aunque con funcionalidades diferentes: 100% se especializan en gafas de deporte y Knockaround más bien del día a día. Sin embargo, ambas empresas dedican mucho esfuerzo, energía y dinero en la calidad de cada pieza para las gafas, pero especialmente en las lentes. Cuando se dieron cuenta de que se vendían sus productos falsificados online, se preocuparon mucho porque no podían comprobar la calidad del producto. Los productos falsificados no pasan ninguna supervisión de calidad, de manera que nadie puede asegurar que cumplan con los requisitos que deberían. Ambas marcas nos contactaron porque se dieron cuenta de que había personas que estaban comprando los productos falsificados por error, y esto les suponía una pérdida de reputación, puesto que la calidad no es la misma.

— **¿Cuáles son los principales riesgos para las compañías en este nuevo mundo digital?**

— Con grandes oportunidades, vienen grandes riesgos. El comercio electrónico ofrece oportunidades únicas para que marcas de todos los tamaños lleguen a sus clientes, incluso en mercados de nicho. Sin embargo, siempre hay individuos que quieren aprovecharse del éxito de esas marcas en las plataformas web, lo que pone a esas empresas, a sus trabajadores y consumidores finales en riesgo.

El problema de la falsificación y otros tipos de fraudes online es muy complejo, y demanda que todos los involucrados - gobiernos, plataformas, consumidores - hagan su parte a la hora de evitar productos falsificados o distribuidos de forma irregular. Sin embargo, las marcas no pueden esperar para encontrar una solución que proteja su negocio. Por ser una solución efectiva contra el abuso de marca es que Red Points viene creciendo de manera exponencial, con una retención de clientes del 99%: una vez nuestros clientes experimentan el beneficio de trabajar con nosotros, la gran mayoría ya no puede estar sin nuestra tecnología.

— **¿Qué supone el fraude online en términos monetarios, de negocio, para España?**

— Según la OCDE, España es el décimo mercado en el mundo más afectado por bienes falsificados, que en todo el mundo alcanza un valor monetario de unos 500 mil millones de dólares anuales.

— **¿Cuáles son las consecuencias legales y sociales del fraude online?**

— El crecimiento del mercado de la falsificación y de la piratería en todo el mundo es una amenaza para grandes y pequeñas marcas y, en consecuencia, para la economía que ellas ayudan a mantener. Estamos hablando de algo que afecta cada vez más no solamente a las grandes empresas, ya que con el crecimiento del comercio electrónico, empresas pequeñas y medianas encuentran en internet un canal para la venta de sus productos, lo que a la vez también las expone más a esos tipos de riesgos.

Aunque desde un punto de vista legal el fraude online pueda llegar a disputas judiciales, Red Points es muy efectiva a la hora de usar todos los recursos disponibles para que las empresas no tengan que perder tiempo ni dinero en demandas. Lo hacemos principalmente a través de acuerdos que mantenemos con las principales plataformas de comercio electrónico en todo el mundo.