

Eurona es un operador de telecomunicaciones que lleva Internet a donde no llega nadie. Con más de diez años de experiencia y gracias a las inmensas posibilidades del satélite, la compañía ofrece conectividad en zonas rurales y municipios de menos de 100.000 habitantes. Actualmente cuenta con presencia en 13 países, donde pres-

ta servicio wifi *indoor* y *outdoor* a 30.000 clientes, entre los que se encuentran muchas de las principales cadenas hoteleras, y los 46 aeropuertos y dos helipuertos españoles y el Aeropuerto de Panamá. En los cuatro últimos años aumentó su facturación un 800%, hasta los 25,8 millones de euros registrados en el ejercicio 2015.

**Jaume Sanpera, presidente de Eurona**

## “El satélite está viviendo su particular revolución”

■ Nuria Díaz

— **¿Quiénes son los principales accionistas de Eurona?**

— Actualmente el equipo directivo de la compañía controla el 64,1% del capital del grupo, en el que se incluye la participación de las compañías adquiridas el pasado año (Quantis, Hablaya, Sultan Telecom y Stoneworks), que están involucradas en la gestión del día a día de la empresa. Tenemos accionistas que han estado con nosotros mucho tiempo, si bien a raíz de las últimas operaciones corporativas y financieras llevadas a cabo hemos dado entrada en el capital a firmas como Mighty Capital, Dharma Project, Sánchez Leyva, Tecnirub, QOS Global o Garos Telecom.

— **¿Cuáles son las principales cifras y cuáles sus previsiones?**

— En 2015 Eurona obtuvo unos ingresos de cerca de 26 millones de euros. Si bien la integración de las nuevas compañías adquiridas el pasado verano a dado lugar al nuevo Plan de Negocio Horizonte 2022, por el que prevemos multiplicar por 10 los ingresos, hasta los 239 millones gracias al potencial que han aportado al grupo estas firmas. Los resultados de 2016 —a nivel pro forma— rondarán los 150 millones en ingresos y los 9 millones de Ebitda, lo que supone un crecimiento muy importante en solo un año.

— **¿Es el satélite su producto estrella?**

— El satélite está viviendo actualmente su particular revolución, ya que ha demostrado que, hoy por hoy es la única tecnología que puede llevar Internet a cualquier parte. En un mundo donde todo estará conectado, grandes empresas ya han empezado a desarrollar su propia generación de satélites, entre las que destaca la de Elon Musk, el fundador de Tesla, al que se considera un auténtico visionario. Esto supone que esta tecnología va a ser clave en aspectos que pueden cambiar el mundo, como el coche conectado. Por ello, Eurona no podía quedarse al margen, de ahí la adquisición de Quantis, una firma que ya tiene más de 30.000 clientes en Europa y África, regiones en las que es un operador de referencia y hay oportunidades extraordinarias, como en las escuelas africanas. Eurona ha conectado casi 5.000 escuelas africanas por satélite, lo que supone que más de medio millón de niños ya tienen acceso a Internet, lo que puede dar un giro radical a su educación y a sus posibilidades de futuro. Aunque en estos países africanos aún no están en el punto de que Internet llegue a su hogar, los colegios y las instituciones públicas sí están apostando por ello, por lo que se abre una gran oportunidad para Eurona, pues a estas regiones llevar fibra no solo es caro, sino que es costoso en términos logísticos. Con el satélite es más rápido y sencillo y permite conectar lugares que



### AL TIMÓN

**Jaume Sanpera** es el presidente, CEO y fundador del Grupo Eurona. Es licenciado en Ingeniería Superior de Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Cataluña. Toda su carrera se ha desarrollado en paralelo al desarrollo tecnológico, pues ha fundado *puntocom*s y empresas tecnológicas como *Festuc.com*, una red social móvil para poner en contacto a jóvenes para que

compartan ocio; o *Ambientum.com*, el directorio de empresas renovables digital. Si bien ha sido con Eurona con la que más lejos ha llegado.

El operador de telecomunicaciones 360° nació en 2003 y desde entonces no ha parado de crecer el negocio y entrando en nuevos mercados, como el marítimo, donde ya conectamos todo tipo de embarcaciones (yates, ferris de Naviera Armas y Balària, pesqueros, etc.), o el hidrográfico, con la monitorización de los embalses de la Confederación Hidrográfica del Segura. La previsión es que el satélite cada vez vaya teniendo más

Sanpera es un amante de la tecnología y la innovación. Cree en el progreso y en las múltiples posibilidades que tiene la conectividad para hacer la vida más sencilla a las personas. Además, es un gran aficionado del deporte. Practica ciclismo y se atreve con pruebas físicas de gran exigencia, como la Titan Desert, que se celebra entre el 30 de abril y el 5 de mayo en Marruecos.

hasta hace poco tiempo era impensable conectar. Cuando hablamos de banda ancha, siempre pensamos en fibra óptica, pero ésta tiene grandes dificultades de despliegue, es caro y complicado. El satélite es más fácil. Ahora estamos diversificando el negocio y entrando en nuevos mercados, como el marítimo, donde ya conectamos todo tipo de embarcaciones (yates, ferris de Naviera Armas y Balària, pesqueros, etc.), o el hidrográfico, con la monitorización de los embalses de la Confederación Hidrográfica del Segura. La previsión es que el satélite cada vez vaya teniendo más

peso dentro del grupo, pasando de suponer el 17% de la facturación actual hasta el 26% en cinco años, es decir de 20,6 millones de euros a 62,6 millones. La apuesta por el satélite es clara.

— **¿Cuántos clientes tienen en España?**

— Actualmente, Eurona suma más de 60.000 clientes y ya hay más de 10 millones de personas que al año utilizan nuestros servicios de WiFi en lugares públicos, como en los 46 aeropuertos y los dos helipuertos de la red de AENA, o en el Aeropuerto de Tocumen Panamá. De hecho,

**“Eurona ha conectado casi 5.000 escuelas africanas por satélite, lo que supone que más de medio millón de niños ya tienen acceso a Internet”**

**“La previsión es que el satélite cada vez tenga más peso en el grupo, pasando de suponer el 17% de la facturación actual hasta el 26% en cinco años, es decir, de 20,6 millones a 62,6”**

Eurona es el primer operador del mundo en este tipo de infraestructuras. Por ejemplo, en los aeropuertos españoles ofrece acceso a Internet a 200 millones de pasajeros al año, mientras que el de Panamá está ampliándose para recibir el año que viene a 25 millones de viajeros, lo que aumenta los usuarios potenciales a los que Eurona puede dar conexión.

Además, operamos las conexiones de los intercambiadores de autobuses de Moncloa y Plaza Elíptica madrileños —por los que pasan medio millón de viajeros cada día— y en las estaciones de ferrocarriles de la Generalitat de Cataluña.

Por otro lado, está la parte de hoteles en el Caribe, donde tenemos más de 15.000 habitaciones conectadas, lo que nos convierte en un operador de referencia en esta región. Por lo tanto, el número de clientes y usuarios está en constan-

te crecimiento por el aumento del turismo y la diversificación del negocio del grupo, que está abierto a nuevos horizontes y oportunidades, ya que los usuarios exigen Internet a cualquier hora y en cualquier parte, y las administraciones públicas y empresas privadas deben proveerles esa necesidad para que su experiencia de viaje sea completa.

— **¿Se puede competir con los grandes operadores?**

— Los mercados tan concentrados con grandes jugadores es donde podemos encontrar los mayores espacios no ocupados. Se trata de esos ‘nichos’ de mercado que a los grandes no les interesa cubrir y que son una oportunidad de negocio para Eurona. En España, por ejemplo, hablamos de zonas que no tienen más de 10.000 habitantes y que tienen escasa o nula conectividad. En estas localidades la geografía tiene un papel muy importante en la dificultad que hay para llevar Internet de calidad, pero Eurona lo está consiguiendo.

Además, hay que diversificar, que es otra de las claves. Eurona no solo lleva Internet a los hogares, sino también está presente en el sector turístico —sobre todo en la región del Caribe en más de 15.000 habitaciones), en las infraestructuras de transporte —aeropuertos, intercambiadores de autobuses, ferrocarriles—, y ahora también en el marítimo y en el hidrográfico gracias al satélite, que tiene también muchas posibilidades de diversificación. Este dinamismo, el hecho de tocar tantos campos, impulsa el crecimiento y consolida a Eurona en sectores que los grandes han dejado de lado.

— **¿Contemplan compras o fusiones para crecer?**

— Tras las adquisiciones del pasado verano, ahora estamos en un momento de consolidación de la nueva estructura del grupo. Desde que salimos a cotizar en 2010, hemos crecido orgánicamente entre un 20% y un 30% anual, a lo que le hemos añadido el crecimiento corporativo. En el ámbito tecnológico actualmente hay muchas compañías con gran potencial técnico y gran infraestructura que han desarrollado poco su parte comercial, un ámbito en el que nosotros podemos apoyar. Solo compramos compañías que tengan un gran potencial de crecimiento orgánico en sí mismo, de manera que, al final, el crecimiento viene de esa combinación: comprar compañías con potencial y ayudarles a crecer durante los siguientes años. En estos años hemos realizado más de 10 adquisiciones y no nos cerramos a realizar más, pero siempre dentro de esta filosofía.

— **¿Cuántas sinergias se han podido alcanzar con las últimas compras?**

— Con las adquisiciones de Hablaya, Sultan, Quantis y Stoneworks vamos a alcanzar unas sinergias en los próximos cinco años valoradas en dos millones de euros y sumaremos 10 millones más en ventas. Por ejemplo, Hablaya nos daba una red de distribución en la costa muy extensa, lo que nos interesaba mucho. Por su parte, Stoneworks es una pequeña compañía del grupo de Sultan que está dedicada a hacer software de BSS (business intelligence), lo que nos ayuda a dirigir compañías de gran tamaño. Las negociaciones con Quantis fueron independientes, pero es una incorporación básica por el gran potencial que tiene el satélite actualmente. A la hora de alcanzar sinergias es fundamental que estas compañías sean referentes o estén bien posicionadas en segmentos en los que Eurona todavía no lo es o no está especializada, todo con el objetivo de ser consolidarnos como un operador 360°.