

Al éxito por las matemáticas

Neo Metrics ofrece soluciones para el análisis de las redes sociales

El País, PEPE VARELA 26/08/2007

El despacho de José Luis Flórez es luminoso, recogido, casi espartano en cuanto a mobiliario y decoración. Una maleta, algo baqueteada por el constante paso por aeropuertos, y una bolsa para viajar con el ordenador portátil, refieren a José Luis, consejero delegado de Neo Metrics, como una persona que hace de la esencia razón de vida... No en vano lleva 10 años trabajando en el campo de la búsqueda de aplicaciones matemáticas para la industria y el comercio. La compañía cuenta con una estructura laboral de 100 empleados y una facturación, sólo en España, de 5,5 millones de euros durante 2006

En el momento de hacer la entrevista, José Luis está a punto de tomar un vuelo hacia San José (California), donde recogerá el premio que nomina a Neo Metrics como vencedora de la XI edición de la KDD Cup, la más importante competición mundial reservada a empresas e instituciones especializadas en análisis de bases de datos -"participan empresas, organismos y universidades de todo el mundo...y ésta es la primera vez que le dan el premio a una empresa europea"-.

Para la edición de este año, la organización proponía un problema consistente en la generación de sistemas de recomendación de películas *online* -"el funcionamiento del sistema es *a priori*. El usuario puntúa las películas que va viendo y, en función de esto, más las coincidencias, a lo largo de las diferentes peticiones, de diversas variables -actores, directores, temática...- se puede predecir qué otras películas podrían ser elegidas por el usuario del videoclub *online*". En la búsqueda de soluciones al problema planteado, la empresa española ha tenido que vérselas con más de 200 competidores de todo el mundo.

Una vez obtenido el premio, lo más importante para Neo Metrics no será encontrar compradores para el programa de *software* desarrollado al abrigo del problema planteado, sino emplear el reconocimiento obtenido para situarte, con solidez, en el campo de la analítica de datos.

Vuelta a las raíces

Matemático de formación, y ovetense de nacimiento, José Luis Flórez llevaba 10 años trabajando en el campo de la búsqueda de aplicaciones matemáticas para la industria y el comercio. Primero en la Universidad de Oviedo, donde obtuvo su licenciatura en Matemáticas, y, después, en una consultora especializada en las llamadas *técnicas de minería* de datos -"con esta empresa fuimos pioneros en, mediante el empleo de técnicas de análisis matemático, aportar valor económico a la empresa"-.

Dos años en Madrid... Y vuelta a Asturias -"me ofrecieron trabajar en Cajastur, como responsable del área de soluciones analíticas"-.

Aquella vuelta a las raíces, que, en un principio, podría leerse como un repliegue, acaba siendo fundamental en el desarrollo del futuro -hoy presente- de Flórez -"me pusieron al cargo de un grupo de becarios entre los que había economistas, informáticos y matemáticos"-.

Años más tarde, y después de pasar por SAS, una empresa líder mundial en *software* estadístico, todos juntos acabaron creando lo que hoy es Neo Metrics -"para levantar la empresa no contábamos con ningún capital. Los cuatro socios fundadores tan sólo teníamos hipotecas... así que prácticamente el único capital que pudimos aportar fueron nuestros propios sueldos...o, más bien, la falta de ellos durante los primeros tiempos"-.

De todas formas, aquella precariedad inicial no habría de prolongarse -"enseguida empezamos a trabajar con grandes empresas, como Mapfre o el Banco Santander"-.

Todo aquello comenzó en el verano de 2003...y desde entonces el crecimiento de facturación anual ha sido del orden del 70% por ejercicio.

Muchas charlas respecto a proyectos de futuro debieron tener como escenario un viejo café ovetense o, si el tiempo lo permitía, la arena de la playa de Gijón. De un lado, José Luis; del otro, su

padre, fallecido cuando todo comenzaba a tomar forma y artífice de que el nacimiento de Neo Metrics se adelantará -"esto era algo que habíamos estado pensando durante mucho tiempo. Lo ibas dejando pasar... pero el descubrimiento de la enfermedad que se lo llevó fue determinante. Eso me motivó. Quería que viera el comienzo de una obra en la que, ambos, habíamos puesto tantas ilusiones"-.

Muchas palabras debieron cruzarse padre e hijo... y también muchos planteamientos -"queríamos un proyecto bonito, ambicioso... una forma de trabajar en la que la innovación fuera una constante"- . Y a terreno, al de la innovación, es a lo que esta empresa dedica el 10% de su facturación, el 15% de su plantilla y, desde 2006, un centro I+D ubicado en Gijón y que funciona en estrecha colaboración con la Universidad de Oviedo -"en Asturias es donde desarrollamos un conocimiento científico que luego se traduce en aplicaciones *software*"-. Aplicaciones que, hoy en día, permiten a la compañía ser, junto a un escogido ramillete de cuatro o cinco multinacionales, de las pocas firmas capaces de ofrecer soluciones específicas para el análisis de redes sociales, formadas por individuos que interactúan, entre sí, en relaciones de distinto signo: intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales, o rutas aéreas... por poner algunos ejemplos.

La receta empresarial de Neo Metrics, quizás pergeñada en un paseo por el arenal de Gijón, se traduce en una estructura laboral de 100 empleados; una facturación, sólo en España, de 5,5 millones de euros en 2006; y presencia de mercado en España, Portugal, Chile, México, Puerto Rico y el Reino Unido -"ahora toca el turno de EE UU. Esperemos que la KDD Cup pueda ser la llave de entrada"- . Y mientras esto ocurre, la luz sigue entrando por el amplio ventanal del despacho madrileño de José Luis Flórez...aunque, ahora, las maletas ya no están en la puerta.