

Kippel⁰¹

AVATARES

Marc Elena, el emprendedor que conquistó a Facebook con la vuelta al mundo

El cofundador y consejero delegado de Adsmurai, uno de los principales socios españoles de Facebook e Instagram, viajó durante un año alrededor del globo antes de zambullirse de lleno en el mundo del emprendimiento.

31 ENE 2017 — 04:57

POR AMELIA PIJUÁN



La vuelta al mundo no tiene porqué ser cara. O así lo contempla **Marc Elena**, cofundador y consejero delegado de uno de los principales socios españoles de **Facebook** e **Instagram**: la plataforma tecnológica **Adsmurai**. La fórmula: 14.000 euros en el bolsillo y un año sabático para replantearse todo su esquema vital.

“La vuelta al mundo lo cambió todo —explica el directivo a **Kippel01**—; los primeros tres meses que estás fuera son de vacaciones, pero luego tienes mucho tiempo para pensar”. Fue precisamente ese viaje el que sirvió de detonante de la vida del emprendedor, que a su vuelta decidió que quería “trabajar con quien quisiera, en lo que quisiera y en el momento que decidiera”.

Por ello, al volver de su viaje decidió establecerse como consultor por su cuenta y brindar servicios de comunicación y relaciones públicas. Previamente a ello, Elena ya había dado sus primeros pasos en el mundo emprendedor al poner en marcha la plataforma **Club de viatges**, a través de la cual

1/2

<https://www.kippel01.com/avatares/marc-elena-el-emprendedor-que-conquistó-al-mundo-con-la-vuelta-al-mundo.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

AVATARES

organizaba diferentes eventos relacionados con el sector de los viajes.

Tras su viaje, Marc Elena se estableció como consultor por su cuenta

Tras trabajar durante unos cuatro años como consultor *freelance*, en 2013 Elena se asoció con Juan Antonio Robles, que en aquel entonces había fundado la tecnológica Open IT Solutions, para lanzar un nuevo proyecto, **FanraisingApp**, que asentaría las bases de lo que hoy representa **Adsmurai**.

“El proyecto no funcionó, no era el momento de **Twitter**”, afirma Elena. Pese a ello, en 2014 decidió lanzarse a la piscina y acudir otra vez a Robles para poner en marcha **Adsmurai**. Esta vez, el equipo acogió a un nuevo integrante: **Otto Würst**, uno de los fundadores de la plataforma de televisión de pago **Wuaki.tv**.

“Tenía algunos clientes con los que ya trabajaba en este sector, pero todo lo hacía de forma manual –señala Elena–; para escalar el negocio, era necesario crear una tecnología, una plataforma para optimizar las campañas de publicidad que sería un continuo de innovación y disrupción en el mercado”.

Y lo fue, porque sólo un año después de su fundación, **Adsmurai** consiguió consolidarse como uno de los dos socios españoles de **Facebook** e **Instagram** en España. El otro *partner* de la plataforma social en España es **Adglow**.

Tan sólo un año después de su fundación, Adsmurai fue reconocido como uno de los dos socios españoles de Facebook e Instagram

“Empecé a trabajar con Facebook en 2010”, explica Elena. La plataforma estadounidense se puso en contacto con la empresa española cuando vio que tenía la robustez suficiente para convertirse en uno de sus socios. Para ello, **Facebook** incluyó a **Adsmurai** en su programa Accelerate, “lo que nos permitió sumergirnos de lleno dentro del ecosistema de **Facebook**, lo que supuso un estrés tecnológico brutal si queríamos ser capaces de ofrecer un valor añadido por encima de sus propias plataformas”, expresa el consejero delegado.

Ahora, la empresa ha virado hacia la inteligencia artificial para dotar a su empresa de una oferta de generación de contenido. Según explica el directivo, “a través de un sistema *deep learning* identificamos el contenido que publican los usuarios y lo filtramos para nuestros clientes”.

En un entorno en el que las innovaciones tecnológicas se originan semana tras semana, Elena augura que, en los próximos años, las compañías deberán saber adaptarse a los nuevos ritmos que marcará Facebook: política de *video first*, flexibilidad y un componente de alto valor tecnológico. “Al final, las compañías son aquellas personas que las forman”, apunta el directivo. “Si las personas son innovadores y flexibles, las marcas también lo serán”.