

Carlos Sotelo (CEO). Scutum

“Los proyectos de hoy tienen que servir para cambiar el mundo”.



El buen tiempo invita a paseos y desplazamientos. ¿Por qué no hacerlos montados en una scooter eléctrica que preserve la calidad del aire de nuestras ciudades? Entrevistamos a Carlos Sotelo, CEO de Scutum, una empresa que apuesta por cambiar el mundo y que recibió en 2016 un préstamo de Enisa por un importe de 300.000 €.

Carlos, cuéntanos cómo surge la idea de Scutum.

Soy un hombre moto. Desde muy pequeño mi padre me transmitió su afición a la moto. A partir de los 16

años empecé a competir en la categoría de montaña Enduro, ganando tres campeonatos de España. Más adelante corrí el París-Dakar durante ocho años y conseguí acabarlo en tercera posición absoluta en una ocasión. A los 35 años dejé de correr y paralelamente monté un negocio de motos.

Cuando apareció la gran crisis en Europa en 2007, había una saturación de marcas de motos y las ventas de motocicletas en el mercado comenzaron a descender drásticamente. Ante este escenario, pensé que había que intentar hacer algo diferente en el sector.

Empecé trabajando en un proyecto de una firma australiana que había comprado una empresa de scooters eléctricas en Alemania en 2009. Me ficharon para llevar Europa y fue la primera vez que probé una scooter eléctrica.

Monté Scutum a finales de 2011 y 2012 lo dediqué a hacer un *briefing* para desarrollar una scooter eléctrica para particulares. Después de diez meses nos dimos cuenta de que un vehículo eléctrico de dos ruedas dirigido a particulares debía solventar dos cuestiones: infraestructuras de recarga y alto precio.

“Si no sabes hacer algo bien en casa, ¿cómo vas a salir fuera?”.

La energía no tenía por qué ser un problema, sino una ventaja para el usuario. Lo lógico era que una gran empresa de energía o de movilidad se encargara de suministrar las baterías. Inicé contactos con Repsol y tuve la fortuna de dar con el departamento de nuevas energías, donde vieron el proyecto con buenos ojos —en un momento en el que no éramos un mero PowerPoint, pero casi—. Del proyecto salió una patente de extracción de baterías y desde 2014 lo estamos desarrollando.

Entre tanto, nos centramos en motos para flotas y, a principios de 2015, sacamos una scooter destinado a este fin. En la mayoría de las



Flota de scooters para Correos

flotas, no existe el problema de infraestructuras, porque las motos duermen en zonas cerradas. Además, las empresas se pueden permitir un precio de adquisición un poco más alto, ya que el coste de las baterías se amortiza gracias al ahorro en energía y al menor coste de mantenimiento.

La tarea fue durísima y visitamos multitud de empresas en España,

como Correos, que al final ha validado el producto y ha creído en las ventajas que tiene este vehículo para sus empleados, además del mantenimiento, coste energético y, por qué no, la parte “sensible” que es la no contaminación en las ciudades; una necesidad cada día más importante y más urgente. Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, como la OMS o el Comisionado de Medioambiente de la Comisión Europea, dan unos datos estremecedores, como que la mayoría de ciudades europeas superan los límites mínimos requeridos para que los ciudadanos no padezcan graves enfermedades como cáncer de piel, sangre, pulmones, etc.

En este sentido, Scutum se está convirtiendo también en un instrumento para la recuperación de ciudades limpias donde podamos vivir mejor.

¿Quién forma el equipo de Scutum?

Empecé yo y actualmente hay otros tres socios (Repsol, CDTI y Caixa). En Barcelona ha habido siempre una industria de la moto muy desarrollada



Scoter eléctrica para la policía de Barcelona

y, en los últimos treinta años, contaba con fábricas tan importantes como Yamaha, Honda, Derby... Por desgracia, muchas cerraron durante la crisis y los profesionales que trabajaban en ellas se quedaron sin empleo. Scutum ha aprovechado a algunos de ellos, como Juan Carlos Pablo, director de Operaciones; Josep Losantos, quince años en Yamaha; Mar Camarasa, CPO, y Juan López, director Comercial.

En el departamento de Electrónica tenemos técnicos jóvenes procedentes de la universidad. Las motos actuales tienen componentes electrónicos muy innovadores y, por eso, Scutum se nutre de muchos electrónicos e ingenieros de la UPC. Esto es fundamental para que, durante los próximos diez años, la compañía disponga de la última tecnología.

El equipo actual está formado por 27 personas, aunque hace un año

éramos solo 9. El próximo año queremos crecer por encima de 35.

Somos la típica *startup* que está atravesando todas las fases definidas en los estudios empresariales. Lo más importante de las empresas que comienzan es saber dimensionarse y adaptarse a las necesidades de cada momento.

¿Cuáles son los hitos que la compañía ha alcanzado?

El primero fue el desarrollo de la primera moto a finales de 2014. Fue difícil, porque hace cuatro años no había proveedores de scooter eléctricas y costó encontrarlos. Con los cargadores, por ejemplo, las empresas nos tomaban por locos cuando les contábamos lo que queríamos.

“No hay mayor reto que el mercado, es el que nos pone donde merecemos”.



www.scutum.es



“Tratar de cambiar a los usuarios de vehículos de combustión a eléctricos es todo un reto”.

El segundo hito lo conseguimos hace un año y fue validar un producto maduro que se pudiera vender, frente a otras marcas cuyo producto no estaba aún listo para comercializar.

La compañía se encuentra en pleno proceso de internacionalización y desde hace seis meses salimos al extranjero. En España hemos conseguido liderar el mercado con 321 motos eléctricas y queremos replicarlo en toda Europa. Es el reto más inmediato en este momento. Los socios apostamos nuevamente por la empresa a través de la puesta en

marcha, el próximo 26 de abril, de una planta productiva en la que pasaremos a fabricar 300/400 motos al año a 10.000 en solo un turno.

En cualquier caso, aún quedan muchos hitos por delante, como la moto para particulares, en la que trabajamos en estos momentos y que prevemos sacar el próximo año.

¿Qué otras dificultades habéis encontrado, además de las que ya has mencionado?

Me hace gracia que cuando vas a un

foro de emprendedores es habitual ver que, en cuanto la *startup* se convierte en un *exit*, los emprendedores se hacen inversores, porque emprender es muy duro; es algo que comento a menudo con el equipo. Como yo digo, todos estamos aquí en “duda”, que significa que estamos haciendo algo que aún no es rentable. El emprendedor tiene un recorrido muy duro y metas difíciles de conseguir. Muchas *startups* se quedan por el camino y esa presión se lleva siempre encima.

Cuando el proyecto es tan disruptivo como el nuestro, demostrar los beneficios del producto cuesta mucho. Tratar de cambiar a los usuarios de vehículos de combustión a eléctricos es todo un reto y encuentras infinidad de barreras.

También es cierto que tenemos muchas oportunidades. Es apasionante. El proyecto tiene recorrido y



las baterías de Scutum van a servir para más cosas. Mi obligación es visionarlo y soñarlo con este equipazo que tengo. Estoy muy orgulloso de contar con dos grandes entidades como son Caixa y Repsol, que apostaron desde el primer momento por nosotros, con la intención final de crear en España muchos puestos de trabajo y empresas líderes en sectores tan relevantes como el de la movilidad.

¿Tenéis competidores? ¿Qué os diferencia de ellos?

No sé si os lo vais a creer: no tenemos competidores. La única competencia la tenemos en casa. Lo que quiero decir es que es un mercado que aún está por abrir. Cuantas más empresas haya de vehículos eléctricos de dos ruedas más va a beneficiar a Scutum. El mercado al que vamos es enorme: estamos hablando de un millón de motos en Europa. En el *business plan*

visualizamos a cinco años la fabricación de 20.000/25.000 motos y eso no es nada. Con lo cual, los competidores que quieran lo mismo que Scutum, que es acelerar este cambio, van a ser bien recibidos, siempre y cuando hagan productos de calidad. Lo que no beneficia a nadie son los malos competidores.

Por otra parte, el hecho de que las grandes marcas saquen scooters eléctricos, como ya se está anunciando, creo que es positivo para nosotros y nos ayudará a posicionarnos mejor. Todos los *players* que participen en este mercado van a ser animadores y promotores, por lo que, cuantos más seamos más rápido se producirá este cambio. En los próximos años no va a existir competencia, sino aceleradores del mercado.

En cuanto a la diferenciación, sin duda alguna, el nuestro es un producto de calidad y que reúne las con-

diciones que quiere el cliente. Esto es lo básico. A partir de ahí la segunda parte, que espero que nos haga muy diferentes a los demás, es el hecho diferencial de intentar vender motos y no baterías.

¿Qué supuso y en qué momento llegó la financiación de Enisa?

Igual tengo que corregir algo de lo que dije al principio sobre los socios. Enisa es casi como un socio. Es un préstamo participativo y, por supuesto, una gran ayuda en estos momentos y más en un proyecto industrial en el que el capital es fundamental para tirar adelante.

Desde el primer momento Enisa ha apostado por Scutum y hay que agradecerlo muchísimo. Necesitábamos una financiación adicional para la fabricación de grandes series y una caja mayor para poder afrontar pagos a proveedores y poner en marcha la fabricación. Enisa entró

“Scutum, un instrumento para la recuperación de ciudades limpias donde vivir mejor”.

en el momento justo.

Ojalá existieran en España más “Enisas”. Tras esta época de crisis, las empresas españolas necesitan de instituciones o herramientas como Enisa para poner en marcha negocios que retroalimenten el país.

¿Qué retos tenéis por delante? ¿Cómo imaginas Scutum dentro de unos años?

No me atrevo a decíroslos, tan grandes que... Pero a corto plazo sí.

Scutum tiene el reto principal de sacar y presentar en España en 2018 la scooter para los particulares. El equipo está poniendo todo el empeño para que sea un gran producto y conseguir realizar el cambio de la scooter de gasolina al eléctrica. Y esta fórmula, ¿cuál será? Otra vez me

repito, pero un gran producto con un precio competitivo y especificaciones muy altas dentro de la categoría —por hacer una equivalencia a la gasolina de 125 cc—, con una velocidad punta de 100 Km./hora y una aceleración de 0 a 50 Km./hora más rápida que la mejor scooter de gasolina.

Paralelamente, compaginar este producto con un modelo de negocio relacionado con las baterías que no queremos que se compren, sino que se financien.

Y, por supuesto, no hay mayor reto que el mercado, es el que nos pone donde merecemos.

Comentabas que ya estáis en fase de internacionalización. ¿Aquí en Europa, de momento?

Por supuesto. Tenemos que saber

centrar bien los esfuerzos. Somos una empresa pequeña.

Recuerdo muy bien el día cuando mis socios dijeron: “No, no, Carlos, no te dejamos ir al extranjero hasta que no seas el mejor en España”. Aquel día no lo entendí, porque yo quería salir ya por toda Europa, pero tenían toda la razón, porque si no sabes hacer algo bien en casa, ¿cómo vas a salir fuera?

Ahora se trata de seguir con la misma estrategia, que en este momento es Europa y no el mundo. Tenemos grandes sueños y claro que nos gustaría convertirnos en una empresa mundial, pero hay que saber escalar muy bien el proyecto. Los proyectos industriales hay que escalarlos mucho para que realmente se puedan acometer y es muy fácil dilapidar millones de euros. Ahora tengo más responsabilidad que antes, pues no juego con dinero propio, sino con el de otros.

¿Cuáles son los consejos que darías para que un proyecto alcance los retos que cada empresa se pone?

Uno muy importante: la perseverancia. Cuando tienes una idea hay que ser perseverante. A veces no





“Nuestro país está lleno de talento y necesitamos que las grandes instituciones y corporaciones se lo crean”.

sale a la primera, pero eso no es un problema. Y para que esa idea tenga sentido es necesario que no solo esté validada por ti. No siempre es fácil y muchos días te levantarás diciendo: “¿Qué hago yo haciendo esto?”.

Trabajar muchísimo. El éxito es la consecuencia de trabajar. Levantarse muy pronto, acostarse muy tarde... Esto tiene un gran desgaste, pero es así. No conozco otra fórmula.

Gracias a Enisa y la Caixa pude hacer un viaje a California en el que me di cuenta de que los proyectos de hoy tienen que servir para cambiar el mundo. Por ellos se puede luchar y se pueden conseguir inversores.

Por último, saberse rodear de un equipo que te permita llevar a cabo todo esto. En definitiva, no dejar de luchar y creer que las cosas pueden convertirse en realidad.

¿Algo más que nos quieras comentar?

Algún día me gustaría compartir todo lo que he aprendido con otros

emprendedores. España necesita emprendedores; necesita crear empresas líderes en el mundo. El mercado hoy es global y hacen falta muchos emprendedores que hagan proyectos exitosos.

Nuestro país está lleno de talento y necesitamos que las grandes instituciones y corporaciones se lo crean. Es

una cuestión de actitud y creo que vamos a conseguir que España no sea número uno solo en fútbol, en motos o tenis, sino que se sitúe en el primer nivel industrial y empresarial. Tenemos que convertirnos en la California de Europa y crear un ecosistema en el que afloren esas empresas del siglo XXI como Amazon, Tesla,





“Enisa es casi como un socio”.

**Financiación de Enisa
300.000 € en 2016**

enisa.es

El CEO de Scutum

Carlos Sotelo

Ingeniero Técnico industrial
UPC 1984 - 1989

Piloto profesional de
Enduro/DAKAR

Participante del Dakar durante
ocho años. Tercera posición en
1996.

1989 - Creación de Nivel Moto:
distribución de motocicletas en
Barcelona

Durante 18 años, más de
20.000 motos vendidas y 25
empleados en el centro de Bar-
celona.

2008 - Director Europe
Vmoto e.max Europe.

Desde 2012 - Fundador y CEO
de Scutum



Carlos Sotelo