

INTERNXT

Datos Sociedad

- Breve descripción de la actividad de sociedad y antecedentes

Internxt es una empresa de base tecnológica creada en 2017 por Fran Villalba Segarra, fundador y CEO, con el objetivo de crear una serie de servicios de internet centrados en el usuario y su seguridad, y con la convicción de que un mejor internet es posible.

El problema en la actualidad es que los gigantes de internet son en realidad empresas de minería de datos. Google genera más del 80% de sus ingresos de la publicidad y todos los ingresos de Facebook provienen de la venta de anuncios. Los servicios que prestan suelen ser un medio para un fin.

Estas empresas violan constantemente la privacidad de sus usuarios y son multadas regularmente por la UE.

Existe una preocupación creciente sobre la protección de los datos de los usuarios frente a terceros, como empresas y piratas informáticos. El coste medio de una filtración de datos es de 8 M€.

Como solución a este problema Internxt ha creado una gama de servicios de Internet centrados en el usuario que son un fin per se. Internxt Drive, Photos y Send son servicios en la nube de código abierto, B2C y B2B, enfocados en proteger los datos de los usuarios frente a terceros gracias a la tecnología distribuida de tipo blockchain.

Entre sus ventajas competitivas destacar también el uso de un arquitectura distribuida, con servidores por todo el mundo en función de las necesidades, con el objetivo de ser más eficientes, así como encriptación post-cuántica.

Fran ideó Internxt durante su último año de carrera en Rotterdam con el objetivo de ofrecer un servicio alternativo, seguro y ecológico al que ofrecen los grandes de internet. En 2017 crea la sociedad, y comienza a desarrollar una novedosa arquitectura punto por punto basada en tecnología blockchain con el objetivo global de ofrecer al público en general un internet privado, seguro y sostenible. Su primer producto, Internxt Drive, una nube más privada, segura y ecológica donde el público general puede guardar sus archivos, los cuales son encriptados del lado del cliente y luego fragmentados en pequeños pedazos, fue lanzado en 2021. Posteriormente lanzaron Photos y en 2022 han desarrollado Send, un producto para para la transferencia de archivos en la nube a través de un lugar seguro y completamente privado.

En 2020 levantó una ronda de inversión de 214k€ a través de la plataforma de equity sociosinversores.com, entrando inversores de ESADE Bank, Delwik Group, exdirectivos de Telefónica y Vodafone, así como otros inversores extranjeros expertos en tecnología blockchain.

En 2021 levantó otra ronda de 244 k€ en la que entró Angels Capital y Herrecha Inversiones, las sociedades de inversión de Juan Roig y Hortensia Herrero, presidenta y vicepresidenta de Mercadona. En 2021 cerró una nota convertible con la sociedad de inversión de Miami The Venture City por 100 k€, y en 2022 ha cerrado 2,18 M€ en notas convertibles de Ostn Management (USA, sociedad de Balajis Srinivasan, ex director de Tecnología de Coinbase y ex socio general de Andreessen Horowitz, a16z), Telefónica, The Extension Fund, Notion VC (UK) y Kevlar Fund (USA). Estas notas serán parte de una ampliación de capital de 4 M€ con una valoración de 36 M€ pre-money, con el objetivo de acelerar el desarrollo de nuevos productos y empujar el crecimiento B2B.

Cerró 2022 con unos ingresos de 2,4 M€, un EBITDA positivo, una tesorería de 651 k€ y un balance de 1,8 M€ sin apenas deuda, contando con 13 empleados y 5 externos, 100.000 usuarios activos cada mes, y 1.000 suscriptores mensuales nuevos cada mes, ofreciendo sus productos en Estados Unidos, Europa, América Latina, y Asia. En resumen Internxt cuenta con un crecimiento sostenido de más del 10% mes a mes, está escalando su producto y estrategia de una manera inteligente y efectiva en costes y se cuenta con un equipo consolidado, un conjunto de soluciones mejoradas y en crecimiento y una posición financiera saneada para consolidarse en el mercado durante 2023.

Respecto al equipo, Internxt está formado por una amplia gama de ingenieros, especialistas en marketing y diseñadores internacionales y ambiciosos provenientes del CERN, Streamloots, ProtonMail, NordVPN o Hostinger, entre otros. Nuestro objetivo es optimizar el equipo, manteniendo sólo al mejor talento entre nosotros, y contar con perfiles senior de varias compañías líderes en su sector, junto con un plan de acciones (ESOP plan) que permitirá motivar y retener al mejor talento. Durante 2022 consolidamos este equipo de manera que contamos con un grupo único e integral de pensadores y hacedores, listos para crecer con los ambiciosos objetivos de Internxt y construir el próximo Unicornio de gran tecnología.

- **Comentarios a la fase de vida de la sociedad**

Internxt ofrece servicios de almacenamiento y envío de archivos en la nube bajo una arquitectura distribuida y segura, utilizando servidores localizados por todo el mundo de otros profesionales o personas individuales, de manera que se utiliza y paga el espacio que se necesita en cada momento en lugar de contar con un gasto fijo mensual. Es una manera también de ser más locales y ecológicos puesto que se utilizan servidores cercanos al usuario en cada momento, optimizando y democratizando así el espacio de almacenamiento disponible.

La arquitectura de Internxt está diseñada para resolver el problema actual de que los archivos se almacenan en un solo lugar y son por tanto vulnerables al acceso de otro, ya sea por el propio proveedor de almacenamiento, como por ejemplo Google, que puede tener un modelo comercial hostil a la privacidad basado en la extracción de los datos de

los usuarios, o por piratas informáticos/terceros que logran romper la seguridad del proveedor y, por lo tanto, pueden apoderarse y/o interferir con sus archivos.

La empresa se posiciona en el mercado por tanto no como competencia de los grandes actuales (GoogleDrive, Dropbox, OneSite, etc.), sino como alternativa enfocada a la llamada Web3. El objetivo es crecer a través del producto, de una manera orgánica, por recomendaciones, afiliaciones y alianzas estratégicas, siendo activos en todo el mundo. No queremos educar a los usuarios de Google sino alcanzar a aquellos que están realmente concienciados con su privacidad y están usando servicios como los nuestros en otras verticales (ProtonMail, Brave Browser o NordVPN).

Internxt ya comercializa 3 productos basados en su novedosa arquitectura distribuida y con un enfoque diferencial en la seguridad y la privacidad de sus usuarios: Drive, Photos y Send. En 2022 ha facturado 1,2 M€ en prestaciones de servicios y espera seguir creciendo exponencialmente hasta alcanzar unas ventas de sus servicios de 3,6 M€ en 2023 y de 4,27 M€ en 2024. En 2023 se espera triplicar la adquisición de nuevos usuarios medios mensuales (hasta los 75 mil) y alcanzar una tasa de conversión del 10% (actualmente en el 7%), gracias al mejor posicionamiento y una mejor estrategia de marketing.

En 2022, de manera orgánica y con una inversión en anuncios de marketing online de 60 k€ al mes, los ingresos mensuales recurrentes (MRR en sus siglas en inglés) y los usuarios pago crecieron mes a mes más de un 10%. 2022 fue un año de alcanzar la madurez y solidez de sus productos, que les ha permitido reinvertir su margen bruto en aumentar mes a mes los ingresos mensuales recurrentes.

Respecto a su posición en el mercado, con respecto a los grandes del mercado (GoogleDrive, Dropbox y One Site), su cuota de mercado es muy pequeña, pero Internxt se posiciona por la seguridad y privacidad que ofrece a sus usuarios. Su posicionamiento le permite estar listo para ser de las primeras empresas que ofrecen un almacenamiento en la nube para lo que se ha bautizado como la Web3, la próxima versión de internet concebida como la web descentralizada y dirigida por el usuario.

El tamaño del mercado global de Web3 fue de 1730 millones de dólares en 2022 y se espera que se expanda a una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 47,1 % de 2023 a 2030. Muchos agentes se están enfocando en desarrollar plataformas Web3 para mejorar la escalabilidad operativa y la flexibilidad para los usuarios, y se espera que tales lanzamientos de productos creen oportunidades de crecimiento para la industria durante este periodo. La ventaja de Internxt es que se sitúa ya en 2023 con una Suite de productos operativa, en funcionamiento, con clientes y rentable, lista para captar tanto el crecimiento de usuarios cada vez más concienciados con su privacidad, como el interés de los inversores. Al respecto, destacar como Internxt cuenta con un total de 2,3 M€ en notas convertibles para una valoración pre-money de entre 20 y 36 M€. Internxt

cuenta en la actualidad con la única propuesta de almacenamiento en la nube basado en tecnología distribuida (blockchain) ya validada y facturando.

Así, en 2023 se espera consolidar sus ingresos mensuales recurrentes y su estrategia de crecimiento así como su posición en el mercado. La inversión que se plantea en personal y en marketing permitirá crecer a un ritmo mayor, con mejores indicadores y cerrar 2023 con una facturación de 3,5 M€ y un EBITDA de 1M€.

- **Comentarios al ciclo de vida del sector**

- Internxt está orientada hacia la Web3, la próxima versión de internet concebida como la web descentralizada y dirigida por el usuario. De la misma manera que nació la Web2 y luego creció exponencialmente en 20 años, así se espera que sea la nueva Web3, que incluirá el metaverso, el blockchain, la realidad aumentada y otras características en 3D. Así como la Web2 vio nacer y crecer a empresas como Yahoo, Google, Firefox, Amazon, Microsoft, Apple, Facebook y muchas otras, la Web3 necesitará de muchas plataformas de anclaje base en las que millones de personas de forma global puedan confiar.

Se puede decir por tanto que la Web3 es un nuevo sector que viene a suplir el ya maduro y casi en retroceso sector de la Web2. En la actualidad es un sector todavía fragmentado, cuya carrera tiene lugar en las rondas de inversión de los fondos de capital que apuestan por las próximas tecnológicas de referencia, todavía en definición.

Al tratarse de un nuevo sector pero que viene a suplir a uno anterior, el potencial de crecimiento es enorme, atribuible tanto a la creciente demanda de privacidad como a los avances tecnológicos como el despliegue de las tecnologías 5G y 6G entre otras. Además, el uso creciente de dispositivos conectados, junto con los procesos de transacción mejorados, respaldan aún más el crecimiento de la industria de blockchain Web3.

Cabría hablar del sector Privacy as a Service, al cual se le espera un crecimiento de 2.360 en 2022 a 25.850 millones de dólares en 2029, con una CAGR del 40,8 % en ese período según un informe de Fortune Business Insights¹. En este sector se encuentran nuevamente compañías maduras como OneTrust, AvePoint, TrustArc, IBM o RSA Security, cuya gran masa les impide moverse con rapidez y flexibilidad, y nuevas e innovadoras empresas tecnológicas como Brave, ProtonMail, NordVPN, Signal o Internxt, con propuestas tecnológicas totalmente novedosas, centradas en el usuario y en la nueva Web3, y que son capaces de remover el mercado, bien atrayendo usuarios, bien inversores, bien ambos.

¹ <https://www.fortunebusinessinsights.com/data-privacy-software-market-105420>

Estas plataformas tienen actualmente más de 1 billón de usuarios, siendo los más destacables NordVPN con unos 300 millones y ProtonMail con unos 100 millones. Todas ellas son unicornios actualmente: con poco tiempo en el mercado ProtonMail ha cerrado una valoración de 1,3 billones de dólares, NordVPN acaba de levantar una ronda de 200 M€ y Tresorit acaba de ser adquirida por el gigante suizo SwissPost. La diferencia de estas nuevas compañías con respecto a las Big tech's (Facebook, Google, Amazon, Microsoft) es que trabajan por la seguridad de sus usuarios y no centran sus ingresos en los datos y la publicidad. Los usuarios de Internet se están dando cuenta de la falta de seguridad de los datos personales que ofrecen los servicios actuales y se están cambiando a servicios basados en tecnologías que enfatizan la privacidad del usuario y la soberanía de los datos. Proyectos como Brave, Signal, DuckDuckGo, Ethereum e Internxt están ganando popularidad y apoyo.

Estas compañías no son competencia directa de Internxt: trabajan para el mismo público pero en diferentes verticales. ProtonMail acaba de sacar su beta ProtonDrive que sí sería competencia, pero no cuentan con un producto estable y rentable como el que ya tiene Internxt.

Para ayudar a facilitar este nuevo modelo de Internet, Internxt quiere establecerse como un hogar para todos estos nuevos archivos y datos personales protegidos. Internxt Drive es por ejemplo un servicio de almacenamiento en la nube de código abierto basado en blockchain que proporciona almacenamiento digital seguro y compatible con GDPR que defiende los derechos de privacidad del usuario, posicionándose por tanto como una alternativa segura a GoogleDrive, Dropbox o OneDrive.

Así, Internxt ya ofrece servicios de Internet distribuidos diseñados para Web3 (implementando blockchain y encriptación de extremo a extremo para salvaguardar la privacidad del usuario) que compiten con los que actualmente brindan Google, Microsoft y Amazon y se diferencian en la seguridad y privacidad que otorga al usuario y a sus datos.

Internxt propone de momento servicios para la Web3 que la gente ya necesita y utiliza en la Web2, y ha llegado a tiempo porque lanzaron sus servicios hace ya dos años, cuando todavía no se hablaba mucho de la Web3, lo que les ha permitido estar muy bien posicionados para ser una alternativa de Google Drive en la Web3.

- **Modelo de negocio**

- El modelo de negocio es por suscripción, con un plan freemium (10 Gb de almacenamiento encriptado en la nube) y varios planes mensuales/anuales para usuarios particulares y empresas, un modelo al que los clientes están acostumbrados: sólo tienen que elegir dar mayor privacidad a sus datos. El pago tiene lugar a la suscripción.

La captación de clientes se lleva a cabo mediante publicidad, con entradas directas a la página web donde el usuario adquiere el plan que mejor se adapta a sus necesidades. Los planes de precios están cerrados y se fijan en función del mercado y de la competencia, valorando lo que el usuario está pagando y está dispuesto a pagar. Por el momento se trabaja con márgenes muy altos (más del 80%) y lo que nos permite hacer acciones comerciales y ofertas para atraer a nuevos usuarios.

Una vez consolidados los productos y el crecimiento en 2022, en 2023 se van a implementar nuevas estrategias de adquisición de clientes a través de prescriptores como es el caso de PcComponentes, con los que se ha llegado a un acuerdo para que oferten a sus clientes una suscripción al plan de 2 Tb gratuita el primer mes y con un 50% los tres siguientes meses. A PcComponentes pagaremos la comisión por Lead y las cuotas a partir del cuarto mes serán ya íntegras para nosotros.

Una parte de la inversión que se presenta tiene por objeto la contratación de dos personas en el área comercial para captar y gestionar cuentas B2B más grandes y aumentar acciones como la de PcComponentes, mientras se continúa con la estrategia de crecimiento de marketing de masas, en la que se invertirá un 25% más, hasta los 75 k€ mensuales.

Así, la previsión de crecimiento en los próximos años se basa en el crecimiento orgánico actual, apoyado por la inversión en desarrollo, operaciones y marketing que se presenta. El objetivo es triplicar el número de nuevos usuarios mensuales, alcanzando una media de 25 mil nuevos usuarios cada mes en 2023, de los cuales un 5% serían nuevos usuarios de pago, y dando lugar a unos ingresos de 3,5 M€. Destacar que en 2022 el crecimiento mes a mes tanto de ingresos como de usuarios a sido del 15% mensual (MoM).

Los elementos innovadores que presenta Internxt con su Drive es el uso de tecnología blockchain distribuida de desarrollo propio para asegurar la encriptación de los datos, ofreciendo así una total seguridad y privacidad a los usuarios. Esta ventaja competitiva la hacen la alternativa ideal para la cada vez mayor masa de usuarios preocupados por su privacidad y que no quieren que sus datos sean moneda de cambio de las grandes tecnológicas. Con respecto a otras propuestas nuevas que puedan ir apareciendo en el mercado de la Web3, como por ejemplo ProtonMail, la propuesta de valor hacia el usuario puede ser similar: la privacidad, pero la tecnología ya desarrollada, validada y en funcionamiento de Internxt lleva la ventaja de ser la primera en el mercado.

Nuestros productos han sido fruto de una estrategia de I+D+i que nos ha permitido acumular premios y subvenciones, entre los que destacan las ayudas de IVACE para el desarrollo de nuevos productos TEIC (2021 y 2022), ser reconocidos por la revista FORBES en la lista *30 Under 30 Europe* en mayo 2022, obtener el reconocimiento Best Startup en el South Summit de octubre de 2021, o formar parte de la lista “T500” de The Next Web, lista que recoge a los 500 jóvenes más influyentes en el ámbito tecnológico, en 2021.

Internxt tiene registrada su marca, si bien no cuenta con patentes por el momento debido al tipo de tecnología de que se trata, aunque no descarta la protección de su software, algoritmos y know-how mediante la vía del secreto industrial o empresarial.

Así, para preservar el valor y las ventajas de su know-how diferencial, Internxt lleva a cabo prácticas y políticas de empresa que evitan la revelación de la información relevante, como limitar el acceso a dicha información, encriptar ficheros o archivos que puedan tener información sensible, desarrollar políticas de empresa para regular el acceso a ficheros o firmar acuerdos de confidencialidad con aquellas personas que tengan acceso directo a la información especialmente sensible.

Para prestar nuestro servicio precisamos de:

- Nuestra arquitectura distribuida y nuestro SW propio (know-how)
- Infraestructura de máquinas en la nube a través de un proveedor externo donde se ejecuta nuestro servicio.
- Otros servicios de terceros (pasarela de pago, envío de emails masivos, etc.)
- RRHH: CEO, CTO + 8 ingenieros de SW, HR Manager, Product Manager + 2 diseñadores, y 7 especialistas en MKT

En definitiva, para poder prestar nuestro servicio contamos con activos tanto físicos como intangibles y un margen bruto muy alto. Podríamos seguir creciendo aumentando sólo la inversión en marketing puesto que apenas necesitamos equipo de soporte (las incidencias se tramitan rápidamente a través del equipo de IT), pero el objetivo estratégico es seguir creando valor para nuestros usuarios.

1. ANÁLISIS DE MERCADO

- Comentarios generales

La consultora de investigación de mercados asentada en San Francisco, California, Grand View Research², ha valorado el tamaño del mercado global de blockchain Web3 en 1.730 millones de dólares en 2022 y espera que se expanda a una tasa de crecimiento anual

² <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/web-3-0-blockchain-market-report>

compuesto (CAGR) del 47,1% de 2023 a 2030. El crecimiento se puede atribuir tanto a la creciente demanda de privacidad como a los avances tecnológicos como el despliegue de las tecnologías 5G y 6G. Además, el uso creciente de dispositivos conectados, junto con los procesos de transacción mejorados, respaldan aún más el crecimiento de la industria de blockchain Web3.

Por su parte, el mercado del sector Privacy as Service tiene valorado un crecimiento de 2.360 millones de dólares en 2022 a 25.850 en 2029, con una CAGR del 40,8 % en ese período según el citado informe de Fortune Business Insights.

La Web3 es la próxima versión de internet cuya era se inició en 2021 y se refiere a un ecosistema en línea descentralizado, basado en blockchain, donde las plataformas y aplicaciones creadas en Web3 no serán propiedad de un guardián central sino de los usuarios, que obtendrán su participación en la propiedad al ayudar a desarrollar y mantener esos servicios.

Se trata de un mercado global, liderado por EE.UU., y muy diversificado por el momento, donde muchas tecnológicas y fondos de inversión están a la carrera para ser el más rápido en posicionarse y ganar mayor número de adeptos. Numerosos actores se están enfocando en desarrollar plataformas Web3 para mejorar la escalabilidad operativa y la flexibilidad para los usuarios.

Entre las tendencias de la industria desatacar cómo tecnologías como el machine learning, el big data y los libros de contabilidad descentralizados puedan impulsar el crecimiento de la industria debido a las mejoras tecnológicas en Internet. También se espera el uso creciente de la tecnología Web3 para muchas aplicaciones comerciales, como contratos inteligentes, identidad digital, documentación e intercambios. Por otra parte, nuevas formas efectivas de identidad digital como el Self-Sovereign Identity (SSI) se presentan como la alternativa para el control de la información en torno al usuario. SSI elimina la necesidad de almacenar completamente la información personal del usuario en una base de datos central y ofrece a las personas un mejor control sobre qué información comparten, salvaguardando su privacidad.

Entre estas tendencias se posiciona Internxt, ofreciendo al usuario servicios donde su privacidad es lo más importante. Recientemente ha lanzado un generador de direcciones de correo electrónico temporales, que permite al usuario utilizarlo de forma anónima evitando dar el correo personal para acceder a cualquier contenido o suscripción.

La demanda de servicios Web3 actualmente es mayor en el segmento BFSI (banca, seguros financieros y seguros), que dominó el mercado en 2022 y representó más del 35% de los ingresos globales. La creciente demanda para mejorar la escalabilidad, la velocidad de transacción y los costes de procesamiento en este sector es un factor importante que impulsa su crecimiento, permitiendo comunicaciones financieras más rápidas y evitando así delitos cibernéticos al mantener datos descentralizados.

A futuro, se prevé que el segmento minorista y de comercio electrónico registre el crecimiento más rápido puesto que la Web3 le ofrece varios beneficios: pagos más rápidos, costes reducidos, mayor transparencia y seguridad mejorada. Además, la Web3 incluye tecnología de contabilidad distribuida que permite a las empresas minoristas colaborar de forma fácil y estrecha con los socios de la cadena de suministro: minoristas, importadores y distribuidores.

Por regiones, América del Norte dominó 2022 y representó una participación en los ingresos globales de más del 37%. La creciente aceptación de la Web3 en numerosos sistemas operativos, como los sistemas basados en blockchain, y la presencia de importantes proveedores de blockchain como Web3 Foundation y Helium Systems Inc. acentúan este crecimiento.

Por su parte, la región Asia-Pacífico emerge como el mercado de más rápido crecimiento, impulsado por la rápida adopción de la digitalización mediante la Web3 entre las empresas bancarias y financieras, así como las industrias minorista y de comercio electrónico.

La estructura de mercado se definirá por tanto en base a los productos que sepan combinar la tecnología con las necesidades tanto de las empresas, como del gran público.

El mercado global está abierto y está invirtiendo en la Web3, por lo que a nivel global no se esperan grandes factores que puedan afectar en su crecimiento.

Al ser un mercado tan reciente, las barreras de entradas no son muy duras, el objetivo es, mediante una tecnología y propuesta de valor diferencial, captar inversión y una masa de usuarios crítica para encabezar cada subsegmento.

- **Nombre de las empresas competidoras más importantes (3)**

- 1 Google (Drive)
- 2 Microsoft (OneDrive)
- 3 Dropbox

- **Comentarios sobre los competidores**

Las empresas de almacenamiento en la nube que más usuarios acaparan:

1. Google con Google Drive (ofrecido de manera freemium hasta 15Gb para cualquier dirección de correo electrónico de google) está presente de manera global. Lanzado en 2012 ofrece planes mensuales y anuales, que van desde el Basic (100 Gb por

1,99 € al mes) hasta el Premium (2Tb por 9,99 €). Además, son muchas las empresas que usan la Suite de Google donde se incluye Drive, con precios en función del número de usuarios y capacidad de almacenamiento. El almacenamiento tiene lugar en los propios servidores de Google.

GDrive no es superior a otros sistemas de sincronización de archivos como Dropbox, pero integra sin conflictos todas las herramientas en un solo producto. La privacidad de documentos sensibles puede ser comprometida por el hecho de que mucha gente está autenticada en sus cuentas de Google de manera casi permanente.

No cumple con la ley de protección de datos europea (RGPD) puesto que los archivos se almacenan fuera de Europa y tampoco firman un contrato de protección de datos por ser el Encargado del Tratamiento con respecto a los datos y archivos del usuario final. Tampoco cuenta con encriptación del lado del cliente.

2. Dropbox es otro de los servicios de alojamiento de archivos multiplataforma en la nube más usado globalmente. Nació en 2007 y cuenta con más de 500 millones de usuarios registrados en todo el mundo. En el tercer trimestre de 2019 contaba con una cuota de mercado del 24,10%, sólo superada por Google Drive, y casi 14 \$M. Ofrece versiones gratuitas (2 Gb) y de pago, para particulares o para profesionales y empresas. Los precios van desde 11,99 € al mes (con descuentos para planes anuales) para 2 Tb y 1 usuario hasta 21,50 € sin límite de espacio para 3 usuarios o más, ofreciendo también planes a medida para grandes organizaciones.

Varias veces se ha demostrado que el hecho de que los datos se puedan ver duplicados es incompatible con que no tengan acceso terceras personas. El 20 de junio de 2011 se pudo comprobar durante 4 horas que se podía acceder a cualquier cuenta, demostrando su falta de seguridad. Además hay que tener en cuenta que los datos se envían a la nube, almacenándose en lugares y países indeterminados, y que los responsables de Dropbox no firman un contrato de prestación de servicios con quien les confía sus ficheros, pudiéndose estar incumpliendo la Ley Orgánica 15/99 de Protección de Datos de Carácter Personal que tan sólo permite almacenar los datos en territorio de la UE.¹⁵

3. Microsoft con OneDrive ofrece almacenamiento personal en la nube desde 2014. Ofrece igualmente desde planes gratuitos (5 Gb) hasta planes personalizados, para particulares y para empresas, integrando su suite Microsoft 365. Los planes familiares van desde 20 € anuales para 100 Gb y una cuenta, hasta 99 € para 6 usuarios y 6 Tb, y los empresariales se facturan por número de usuarios, desde 4,20 € por usuario con hasta 1Tb.

Los datos almacenados en OneDrive están sujetos a supervisión por parte de Microsoft, quien indica que "existen estrictas políticas internas para limitar el acceso a los datos de un usuario", y que cuenta con mecanismos avanzados y utiliza un SW de análisis automatizado propio (PhotoDNA) para asegurar el cumplimiento

del Código de Conducta. Al estar integrado en la red de espionaje PRISM de la Agencia de Seguridad Nacional estadounidense, esta tiene acceso a todos los contenidos almacenados.

Si bien estos son los principales competidores en el mercado del almacenamiento en la nube, Internxt es la única solución que realmente se preocupa en proteger al usuario. Estas tres empresas, grandes y rígidas corporaciones que cotizan en bolsa, basan su negocio en utilizar los datos de los usuarios. Nuestra estrategia se basa en ofrecer un modelo completamente nuevo en torno a la protección del usuario ofreciendo almacenamiento encriptado de punto a punto, envío de archivos compartidos encriptado de punto a punto, cifrado de conocimiento cero y acceso de conocimiento cero desde los navegadores, asegurando que ningún tercero tiene acceso a los archivos de los usuarios.

En 2022 hemos conseguido que la velocidad de carga y descarga sean iguales a las de estos competidores. Podemos afirmar que ofrecemos misma calidad y precio pero con encriptación para asegurar la privacidad de la información. Además, somos tan sólidos como la competencia y durante 2022 complementamos nuestro producto de almacenamiento con transferencia de archivos y almacenamiento de fotos (Send y Photos).

Nos posicionamos en el mercado como alternativa enfocada a la Web3. Queremos ir ganando usuarios que están realmente concienciados con su privacidad y usan servicios como los nuestros en otras verticales (ProtonMail, Brave Browser o NordVPN). Estas compañías no son competencia directa de Internxt (ofrecen otro tipo de productos) si bien ProtonMail acaba de sacar su beta ProtonDrive, pero no es un producto estable y rentable como el que ya tiene Internxt.

- **Nombre de las empresas clientes más importantes**

- 1 Particulares (B2C)
- 2 Profesionales (B2B)
- 3 ESET, PcComponentes (B2B)

- **Comentarios sobre los clientes**

Internxt cerró 2022 con una media de 1.000 suscripciones mensuales nuevas al mes, y una media de 400 suscripciones anuales nuevas al mes. En ambos casos, el 87% de las suscripciones son B2C. También vendió un media de 300 nuevas licencias lifetime (de por vida) al mes, la mayoría a usuarios particulares. Con respecto al volumen de negocio, las suscripciones mensuales (50,40%) suponen prácticamente lo mismo que las

suscripciones anuales y las licencias, reflejando el hecho de que casi la mitad de nuestros ingresos proviene de clientes que confían en nosotros en el medio y largo plazo.

Por el momento no se cuenta con grandes clientes, la mayoría como decimos son particulares (B2C) seguidos de profesionales y pequeñas empresas (B2B), si bien empezamos a tener empresas que contratan planes más a medidas para todos sus empleados. Es el caso de ESET, compañía eslovaca de desarrollo SW especializada en ciberseguridad, llegó a nosotros a través de nuestra página web, y nos eligieron por nuestra tecnología de cifrado.

Por el tipo de producto que ofrecemos, no hay estacionalidad en las ventas propiamente dicha, aunque la adquisición de nuevos usuarios sí que se resiente en agosto.

Respecto a la recurrencia, como decíamos casi la mitad de las ventas provienen de suscripciones de medio y largo plazo, lo que refleja la confianza que depositan nuestros clientes en nuestros servicios, y contamos con un churn (tasa de abandono) del 30% con respecto a las nuevas suscripciones.

Ofrecemos suscripciones mensuales y anuales, y algunas licencias de por vida, no teniendo por el momento contratos de duración determinada con ninguno de nuestros clientes.

En la actualidad todos nuestros clientes llegan hasta nosotros a través de nuestra página web y mediante estrategias de Marketing online. Internxt cuenta ahora con más tráfico orgánico que varios de sus competidores más directos, gracias al esfuerzo continuo de nuestro estelar equipo de marketing (compuesto por 6 personas) y a la colaboración con compañeros del sector, como Brave y StartPage. Nuestro tráfico orgánico se ha disparado este último año y ya somos mucho más populares que muchos de nuestros competidores directos, crecimiento que continuará sin duda en 2023.

Nuestro margen actual es de más del 80% y nos va a permitir aumentar acciones de marketing concretas para atraer más leads.

Entre estas acciones destacar las acciones de prescripción por parte de grandes empresas que ya cuentan con muchos usuarios. Es el caso de la acción llevada a cabo junto a PcComponentes. PcComponentes ofrece a sus usuarios una oferta para suscribirse a Internxt por la que el usuario tiene acceso gratuito al plan de 2Tb los 30 primeros días y un 50% de descuento los tres siguientes meses. Por cada Lead mantenido en el tiempo (al menos 4 meses), Internxt pagará 15 € de comisión a PcComponentes.

Este modelo es replicable con otras empresas colaboradoras, y se está en conversaciones con Telefónica para ofrecer un Movistar cloud basado en los servicios de Internxt.

Internxt cerró 2022 con más de 16 mil suscriptores de pago que suponen un ARPU al mes de 8 € por suscriptor.

<https://www.pccomponentes.com/servicio-almacenamiento-nube>

2. ORGANIZACIÓN

- Estructura organizativa equipo directivo

El equipo directivo de Internxt está formado por su fundador y CEO, Fran Villalba, su CMO, Mia Naumoska , y su CTO, Sergio Gutiérrez.

Fran Villalba Segarra, fundador y CEO, es Graduado en International Business Administration en Rotterdam School of Management. Fran empezó a aprender a programar a la temprana edad de 13 años. Siguió programando, y trabajó durante 4 años en Hostinger International, una de las compañías de alojamiento en la nube más grandes del mundo. Fran comenzó su viaje hacia el emprendimiento al lanzar su primera start-up, OneSite, una empresa de hosting web que permitía a cualquier persona crear su propio sitio web de forma gratuita. OneSite tuvo más de 10,000 usuarios en sus primeros meses y fue vendida a una importante empresa de Cloud española. Fran figura en el T500 de The Next Web, que presenta los jóvenes más influyentes en la escena digital y en la lista de los 75 jóvenes emprendedores más relevantes por El Referente, siendo también nominado por Forbes 30 Under 30 en 2021.

Mia Naumoska, CMO, es la directora de Marketing de la compañía, lleva con nosotros desde 2021 y fue co-fundadora de la agencia digital con sede en Chicago, EE.UU., Reshaped. También ha trabajado como CMO en Chanty y como community manager en Proton Mail, una de las compañías referentes en la nueva Web3 en la que nos focalizamos. Cuenta con un master en marketing estratégico por la Universidad de Sheffield. Adicionalmente está certificada en Social Media por HubSpot Academy y en Google Play Store por Google Play Academy.

Sergio Gutiérrez, CTO, es el Director de Tecnología de Internxt donde lleva más de 3 años. Previamente había trabajado como desarrollador de SW en Grupo Casfid, desarrollando SaaS para las diferentes líneas de negocio de la empresa, dedicada al desarrollo y avance de nuevos productos y servicios de radiofrecuencia de identificación personal. También había trabajado como desarrollador de SW en ABDProf y Gnommo. Es Ingeniero Informático por la Universidad Politécnica de Valencia y Técnico Superior en Aplicaciones web.

- **Estructura del consejo de administración**

El órgano de administración recae en la figura del Administrador Único, cargo ostentado por su fundador y CEO, Fran Villalba Segarra, desde la creación de la empresa.

- **Estructura de los accionistas**

Internxt fue fundada en 2017 por su CEO, Fran Villalba Segarra, con un capital de 3.000 €. Actualmente Fran sigue ostentando la mayoría de las participaciones, con un 82,02% de las mismas.

En 2020 levantó una ronda de inversión de 214k€ a través de la plataforma de equity sociosinversores.com, entrando inversores de ESADE Bank, Delwik Group, exdirectivos de Telefónica y Vodafone, así como otros inversores extranjeros expertos en tecnología blockchain.

En 2021 levantó otra ronda de 244 k€ en la que entró Angels Capital y Herrecha Inversiones, las sociedades de inversión de Juan Roig y Hortensia Herrero, presidente y vicepresidenta de Mercadona.

En la actualidad cuenta en su accionariado con 12 personas físicas, incluido el propio Fran, y 4 personas jurídicas: Angels Capital, Herrecha Inversiones, Grupo Llesanz y Agentes y Asesores Financieros.

El principal accionista sigue siendo Fran, seguido de Herrecha Inversiones con un 5,04%, y de Angels Capital con un 5%. Fran ejerce las funciones de CEO a tiempo completo de la compañía y el resto de accionistas son sociedades de inversión y pequeños inversores.

En la actualidad cuentan con un pacto de socios firmado en diciembre de 2020 entre el emprendedor (Fran) y los socios inversores. Este pacto de socios está firmado por todos los accionistas actuales y las próximas rondas de inversión se suscribirán en principio a este pacto. Por este pacto se dio una valoración post-inversión de 3 M€.

En 2021 cerró una nota convertible con la sociedad de inversión de Miami The Venture City por 100 k€, y a lo largo de 2022 ha firmado notas convertibles por un valor de 2,18 M€ de Ostn Management (USA, sociedad de Balajis Srinivasan, ex director de Tecnología de Coinbase y ex socio general de Andreessen Horowitz, a16z), Telefónica, The Extension Fund, Notion VC (UK) y Kevlar Fund (USA). Estas notas serán parte de una ampliación de capital de 4 M€ con una valoración de 36 M€ pre-money.

Con respecto a la próxima ronda de inversión, si bien está todavía por definir, partimos de que en la anterior ampliación de capital en 2021 se suscribieron participaciones de 0,01 € con una prima de emisión de 8,19 € por participación.

A partir de estas notas convertibles y de los socios existentes, Internxt cuenta con el respaldo de la estadounidense The Venture City, Balaji Srinivasan (a16z, Coinbase), ESADE BAN, Notion VC, Angels Capital de Juan Roig y Telefónica (Wayra).

Srinivasan, ex socio general de Andreessen Horowitz (a16z), no es ajeno a las nuevas empresas tecnológicas. Es cofundador de Earn.com (adquirida por Coinbase), Counsyl (adquirida por Myriad), Teleport (adquirida por Topia) y Coin Center. Se desempeñó como CTO de Coinbase hasta 2019 antes de convertirse en uno de los inversores ángeles más destacados en tecnología y Web3, con participaciones iniciales en Alchemy, Chainlink, Clubhouse y otros.

- **Composición del grupo de la empresa** Internxt es una empresa autónoma no perteneciendo a ningún grupo de empresa. Su único accionista con más de un 25% es Fran Villalba Segarra, su fundador y CEO, quien no ostenta participaciones en ninguna otra empresa.

3. PROYECCIONES FINANCIERAS

	2023	2024	2025	2026
Importe neto cifra de negocio	3.502.385,82	6.291.754,97	9.147.536,88	12.083.381,11

- **Supuestos contemplados en la previsión de ventas**

La previsión del importe neto de la cifra de negocio viene dado por el aumento de los suscriptores de pago, tanto mensuales, como anuales, como licencias.

En 2022 el ticket medio de los suscriptores de pago mensuales ha sido de 4,49 €, el de los suscriptores anuales de 41,88 € y el de las licencias lifetime de 299 €.

Tal y como se ha comentado previamente, para aumentar la capacidad de prestar nuestros servicios a un mayor número de usuarios sólo precisamos básicamente de contar con mayor espacio de almacenamiento en servidores externos. La evolución del mercado se espera siga creciendo conforme los usuarios están más preocupados con la privacidad de sus datos y el modelo de la Web3 vaya aumentando exponencialmente. Nuestro aumento en el número de usuarios tiene en cuenta una mayor inversión en marketing digital para captar a usuarios, más acciones comerciales B2B para darnos a conocer a un mayor número de usuarios, una menor tasa de abandono y un menor coste de adquisición de cliente que en 2022 para cuadruplicar a final de año el número de suscriptores activos. El objetivo es alcanzar 66 mil suscriptores, el 65% de ellos

mensuales, el 33% anuales y un 2% con licencia lifetime. Si bien es un crecimiento exponencial para nosotros, todavía supondría una cuota de mercado muy pequeña.

Estas previsiones de crecimiento se basan no sólo en una mejora de los ratios con respecto a 2022, sino que también tienen en cuenta las acciones de adquisición masiva de leads a través de empresas que ya cuentan con un gran número de usuarios, como es el caso del acuerdo alcanzado con PcComponentes, una mayor presencia en RRSS con una estrategia clara de captación de usuarios, y una mejor atención al usuario con unos productos totalmente consolidados que permitan disminuir la tasa de abandono.

	2023	2024	2025	2026
Aumento de exist. De prod. Terminado	0,00	0,00	0,00	0,00
Trab. Realizado para su activo	364.859,44	364.859,44	371.426,91	376.998,31
Otros ingresos de explotación	0,00	0,00	0,00	0,00

- **Comentarios a las partidas anteriores**

Internxt ofrece servicios de almacenamiento en la nube mediante suscripción, por lo que no cuenta con producto terminado en existencia.

Al basar su negocio en una novedosa arquitectura SW, la estrategia de Internxt es seguir desarrollando conocimiento año a año para mantenerse líderes, por lo que cada año va activando los trabajos más significativos y novedosos de su departamento de I+D.

Internxt no espera contar con otros ingresos de explotación en los próximos años.

	2023	2024	2025	2026
Aprovisionamientos	-1.235,70	-1.471,08	-1.647,61	-1.765,29
Gastos de personal	-1.092.943,07	-1.346.761,56	-1.468.239,27	-1.555.962,86
Número de empleados previstos	21	25	28	30
Otros gastos de explotación	-1.355.166,17	-1.556.516,37	-1.764.423,63	-1.979.991,42

- **Comentarios a las partidas anteriores, explique el volumen de aprovisionamientos, el coste medio por empleado y qué partidas se incluyen en los otros gastos de explotación.**

Debido al tipo de modelo de negocio de Internxt, no precisa prácticamente de aprovisionamientos, en esta partida se incluyen gastos de oficina en un volumen proporcional el que viene teniendo en los últimos años.

Respecto al número de empleados previstos, en 2022 ha cerrado con 13 empleados, en 2023 ya ha contratado a una persona y el plan de inversión que se presenta plantea la contratación de 7 personas, por lo que cerraría el año con 21 personas, que representarían un gasto de 1 M€, casi el doble que en 2022, con un promedio de gasto de empresa de 4 mil euros por empleado al mes, y unos ingresos mensuales medios por empleado de casi 14 mil euros.

El volumen de empleados seguiría aumentando de manera más suave en los siguientes años, incorporando gente en todas las áreas de la empresa.

Los otros gastos de explotación vienen formados principalmente por el gasto en marketing online (Google Ads entre otros) que se estiman en 900 k€ en 2023. Destacar que mayor gasto en marketing conlleva mayor número de usuarios y de suscripciones, por lo que es un gasto que es directamente proporcional a una mayor estimación de ingresos. En otros gastos se consideran también unos 270 k€ de licencias SW (donde se incluyen los servidores por 195 k€, otras licencias SW por 46 k€ y los fees de transacción de la pasarela de pago, 25 k€), se trata también de un gasto mayormente proporcional al número de usuarios y de espacio contratado por los mismos.

En los otros gastos de explotación se incluyen también gasto en otros servicios (auditorías, certificaciones, etc., por 79 k€), otros profesionales independientes (selección de personal, abogados, asesores, etc., por 77 k€), viajes y dietas por 22 k€ y regalos a clientes (cupones, planes gratuitos, etc.), por 7 k€. En total sale un promedio de gasto de 5,4 k€ de gasto por empleado.

	2023	2024	2025	2026
Amortización inmovilizado intangible	-173.156,54	-246.128,43	-320.413,81	-395.813,47
Amortización inmovilizado material	-4.598,76	-5.478,76	-6.138,76	-6.578,76
Imputación de sub. De inmovilizado	55.047,42	44.992,27	0,00	0,00
Provisiones, deterioros	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultados por enajenación de inmovilizado	0	0	0	0
Resultado financiero	-16.300,50	-11.683,50	-9.000,00	-9.000,00

- **Comentarios a las partidas anteriores**

La amortización del inmovilizado intangible está calculada teniendo en cuenta una vida útil de 5 años y que la empresa genera año tras año un mayor inmovilizado intangible tal y como se refleja en la partida de trabajos realizados para su activo.

La amortización del inmovilizado material está calculado teniendo en cuenta una vida útil de 5 años y que la empresa tiene un coste de equipamiento informático de una

media de 1.100 € (portátil, monitor y otros) por cada nueva incorporación, lo que va aumentando el inmovilizado material cada año.

En imputación de subvenciones se incluye la subvención de IVACE por los programas InnovaTEIC 2021 y 2022 todavía sin recibir.

	2023	2024	2025	2026
Inversiones en inmovilizado intangible				
Inversiones en inmovilizado material	-8.800,00	-4.400,00	-3.300,00	-2.200,00

- **Comentarios sobre las inversiones previstas y sobre cómo se van a amortizar**

La empresa no estima la necesidad de invertir en inmovilizado intangible, más allá de los trabajos realizados para su activo detallados más arriba.

Con respecto a las inversiones en inmovilizado material, se estima la necesidad de adquirir equipamiento informático por cada nueva incorporación a un coste medio de 1.100 € (portátil, monitor y otros).

	2023	2024	2025	2026
Cifra de existencias al final del periodo	0,00	0,00	0,00	0,00
Periodo medio de existencias (días)	0	0	0	0
Cifra de clientes al final del periodo	0	0	0	0
Periodo medio de cobro clientes (días)	0	0	0	0
Variación de Inversiones financieras a L/P	0,00	0,00	0,00	0,00
Cifra de otros activos no corrientes al final del periodo	738.858,32	889.176,88	937.351,22	914.157,31
Cifra de otros deudores al final del periodo	0,00	0,00	0,00	0,00
Cifra de otros activos corrientes al final del periodo	1.889.838,9	4.491.621,3	8.968.841,5	15.519.270,
	1	5	3	47

- **Periodo de cobro y de pago se ha empleado para calcular la cifra final de existencias y de clientes al final de cada ejercicio.**

La empresa no cuenta con existencias al final del periodo puesto que realiza prestaciones de servicios, no generando stock de producto al respecto. La cifra de clientes al final del periodo lo normal es que sea 0 puesto que se cobra a la suscripción, antes de dar el servicio. El periodo medio de cobro de clientes es de 0 días, puesto que hasta que no se cobra no se presta el servicio.

No se cuenta con inversiones financieras a largo plazo ni con otros deudores al final del periodo.

Respecto a Activos no corrientes al final del periodo, incluyen el inmovilizado intangible generado año a año por la empresa y que se va amortizando en 5 años desde su activación, el inmovilizado material (equipamiento informático) que se va adquiriendo para cada nuevo trabajador que se incorpora, y en 2023 impuesto diferido por valor de casi 33 k€.

En Activos Corrientes se incluye únicamente el efectivo en caja al final del periodo.

	2023	2024	2025	2026
Incremento de capital con cargo a reservas				
Incremento de capital	10.991,75	0,00	0,00	0,00
Incremento de prima de emisión	1.088.183,67	0,00	0,00	0,00
Cifra final de capital no exigido al final del ejercicio	0,00	0,00	0,00	0,00
Cifra final de acciones y participaciones propias al final del ejercicio	365.881,92	365.881,92	365.881,92	365.881,92
Subvenciones recibidas en el ejercicio	0,00	0,00	0,00	0,00
Cifra final de provisiones a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
Incremento de deuda a largo plazo	300.000,00	0,00	0,00	-80.646,75
Amortización de deuda a largo plazo				0,00
Incremento de deuda a corto plazo	0,00	0,00	0,00	80.646,75
Amortización de deuda a corto plazo	-24.577,92	0,00	0,00	0,00
Cifra de proveedores al final del ejercicio	0,00	0,00	0,00	0,00
Periodo medio de pago a proveedores (días)	30	30	30	30
Cifra otros pasivos no corrientes al final del ejercicio	300.000,00	300.000,00	300.000,00	219.353,25
Cifra otras cuentas a pagar al final del ejercicio	414,71	1.044,91	992,66	940,42

- **Comentarios sobre los incrementos de capital, la evolución de la deuda y cifra de proveedores a lo largo del periodo proyectado**

En 2023 se espera llevar a cabo una ronda de ampliación de entre 2 y 4 M€, aunque a modo conservador únicamente se indican capitalizadas las notas convertibles ya firmadas en 2022. Esta ampliación de capital se haría a 0,01 € la acción y el resto en prima de emisión, de manera que la cifra final de acciones al final del ejercicio pasa de 365.772 en 2022 a 365.881,92 en 2023.

No se cuenta con provisiones a largo plazo puesto que no son necesarias para nuestro modelo de negocio, ni tampoco con proveedores al final del ejercicio puesto que generalmente se paga en el momento en que se genera el servicio. Con todo, el pago medio de pago a proveedores se estima en 30 días.

