

Atribus cierra ronda de financiación por 500.000 euros con el objetivo de crecer en España y Latinoamérica

La ronda de financiación ha contado con la participación del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTi), y varias entidades financieras de ámbito nacional. Alcanzada esta ronda de financiación, la compañía pone rumbo a la primera ronda de capital de serie A donde pretenden captar al menos 500.000 euros más de fondos de capital y venture capital que permita completar a una ronda de financiación al menos de un millón de euros, antes de final de año 2020

Atribus, start up española especializada en monitorización y escucha online de redes sociales y medios digitales, ha completado su primera una ronda de financiación de 500.000 euros, en la que han participado diversos bancos, entidades públicas como el CDTi, la plataforma de crowdfunding Colectual, por un valor aproximado de 350.000 euros y 150.000 euros en una aportación de los socios actuales. De esta manera, la plataforma SaaS será capaz de seguir creciendo en España y Latinoamérica, donde ya disponen de oficinas comerciales como Colombia, México y Chile.

“Haber cerrado esta ronda de financiación ha sido un gran hito para nuestra compañía, aún más teniendo en cuenta el impacto que está teniendo la pandemia del covid19 en el tejido empresarial y de startups español. La confianza de organismos como el CDTi y otras entidades nos aporta el músculo financiero necesario para seguir con nuestro ambicioso plan de crecimiento en el mercado de España y Latinoamérica”, afirma Miguel Ángel Cintas, Marketing Director de Atribus.

La start up española dispone de la marca paraguas Atribus, que engloba diferentes productos (Monitoring, Profiles, Image Analytics, Wall, Competitors y Influencer) dentro del segmento de monitorización y escucha online. Además de los productos mencionados, van a empezar a desarrollar Atribus Influencer, fue el que captó la atención del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTi), ya que se trata de una plataforma de influencers con detección de fakes news, bots, búsqueda semántica, técnicas de análisis de procesamiento natural del lenguaje y otros desarrollos que se irían incorporando.

Actualmente cuentan con clientes de referencia como Just Eat, GroupM, LLYC, BME, Arriaga Asociados, Centro de Estudios Garrigues, Relevant Traffic, WAM, Invattur, Turismo Tenerife o Cereza del Jerte DO, entre otras. La compañía cuenta con una gran experiencia en diferentes proyectos de Latinoamérica en países como Colombia, México y Chile.

De cara al futuro, la compañía pone rumbo a la primera ronda de capital de serie A donde pretenden captar al menos 500K euros más de fondos de capital y venture capital que permitan llegar a una ronda de financiación cercana al 1M euros con el objetivo de acelerar su crecimiento en mercados clave como el español y latinoamericano.

Acerca de Atribus

Atribus es una herramienta de monitorización y escucha online donde medir y analizar lo que se dice en torno a una marca y conectar con los usuarios, mejorando así la reputación online.

De esta forma, localiza las conversaciones acerca de una empresa/marca/persona en Twitter, Youtube, Facebook, diarios digitales (también se incluyen los medios digitales de televisión, radios y periódicos), Blogs, Foros y Webs, algo fundamental para conocer la opinión de las audiencias y descubrir si la reputación online va acorde a lo establecido en la estrategia de comunicación.

Su visión global de las redes sociales permite visualizar el tráfico social con el fin de optimizar las búsquedas e interacciones.

Datos de contacto:

Federico Fernández
91 551 98 91

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Software](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>