

“Happy Scribe nació para resolver un problema que teníamos en la universidad, pero despertó tanto interés que desarrollamos la herramienta”

Dos universitarios y un problema que resolver. Estas son las dos partes de la ecuación que se sumaron para dar como resultado Happy Scribe. Una herramienta de transcripción de audios que vio la luz en 2017 de la mano de Marc Assens y André Bastié y que seis años después está facturando 5 millones de euros gracias a los 300.000 usuarios al mes que utilizan, de media, la plataforma.

Olga Romero

Happy Scribe nació en 2017 y en apenas seis años ya factura 5 millones de euros y cuenta con más de 5 millones de usuarios en todo el mundo. ¿Cómo ha sido la evolución de la solución en estos años?

Los inicios fueron, por supuesto, pequeños porque éramos estudiantes. Al principio encontramos unas cuantas maneras, que eran muy manua-



Marc Assens – CEO y cofundador de Happy Scribe

les, de dar a conocer el producto y hacerlo un poco más público. Una de estas maneras fue contactar con periodistas que hablaban sobre herramientas destinadas a este sector y les enviamos *emails* enseñándoles lo que estábamos haciendo y pidiéndoles opinión y *feedback*. De forma casual uno de los periodistas probó la herramienta, le funcionó bien y decidió escribir un artículo sobre nuestra solución, esto despertó interés y comenzamos a tener muchos más usuarios, incremento que provocó la caída de los servidores, y desde ese momento hemos seguido creciendo, especialmente por el boca a boca, pero también ha ayudado el SEO. Desarrollamos una página web muy fácil de entender y en la que la búsqueda de palabras claves es sencilla.

¿Cómo dos jóvenes universitarios llegan a crear una herramienta de transcripción de audios? ¿A qué problema queríais dar respuesta?

"Happy Scribe empezó ofreciendo únicamente el producto automático, pero nos dimos cuenta de que había usuarios que necesitaban más precisión en la transcripción"

El objetivo era resolver un problema que teníamos nosotros mismos. En ese momento éramos estudiantes y André tenía que hacer un proyecto de investigación cualitativa, para el que necesitaba hacer muchas entrevistas, entonces él se dio cuenta de que transcribir todas las grabaciones era un proceso muy manual que le iba a llevar, de media, entre cinco y diez horas por cada audio, teniendo en cuenta que tenía varios audios calculó que necesitaba una o dos semanas únicamente para transcribir. Al explicar esto a varios compañeros vimos que no tenía sentido invertir tantas horas sólo en transcribir. Entonces esta problemática, sumada al interés

de André y el mío por el mundo de las *startups*, de hecho, nosotros ya llevábamos tiempo investigando para ver cómo desarrollar algo, nos empujó a empezar a darle vueltas a cómo solucionar este problema.

En ese momento nos dimos cuenta de que la parte de *machine learning* había avanzado muy rápido y que se podía desarrollar un producto que fuese útil. Por ello nos pusimos a investigar, porque André quería solucionar su problema, pero no conseguimos encontrar ninguna herramienta que le pudiera ayudar y ahí es cuando se nos ocurrió programar una herramienta muy sencilla que cuando André la probó le funcionó

y le resultó útil. Entonces se lo explicó a sus compañeros, que también tenían el mismo problema, se corrió la voz por la universidad y hubo más compañeros que nos pidieron la herramienta.

Esta situación nos hizo darnos cuenta de que había un problema y de que nuestra solución podía solucionarlo y había interés por ella. Este momento fue muy interesante porque yo había intentado desarrollar algún proyecto que no había conseguido evolucionar y por primera vez había algo que despertaba interés, más allá de mis padres.

A partir de ese momento nos pusimos a trabajar y en tres/cuatro semanas montamos la página web y como los resultados eran muy buenos empezamos a cobrar por el servicio, hasta ese momento lo ofrecíamos de forma gratuita.

Esos momentos fueron muy importantes para nosotros porque vimos que el producto despertaba interés y que aportaba el suficiente valor para que los usuarios estuviesen dispuestos a pagar por el mismo.



La andadura de Happy Scribe comenzó en el ámbito universitario creando un código usando el algoritmo de Google. ¿Cómo fueron estos inicios y en qué momento decidisteis avanzar y desarrollar vuestro propio algoritmo para sustituir al de Google?

Con el tiempo, ya que a medida que construíamos el producto y teníamos más usuarios nos dimos cuenta de que en el mundo del *machine learning* para hacer un algoritmo que sea muy bueno se necesitan tres cosas, por un lado, el algoritmo, el problema es que es un mundo muy

"Datos, machine learning y lingüistas profesionales son las claves para conseguir una precisión del 99,9 % en el servicio profesional"

abierto y los mejores algoritmos son públicos. Por otra parte, se necesita mucha potencia de computación, pero con los años la potencia de computación por dólar se está incrementando muy rápido. Y, por último, se necesitan muchos datos para que los algoritmos aprendan tanto los casos más fáciles como los más complejos en los que, por ejemplo, hay ruido de fondo o acentos más complicados. Al final en la Tierra se hablan muchos idiomas y existe un gran abanico de acentos, entonces cuantos más datos integres mejor para que los algoritmos aprendan y la herramienta tenga mayor precisión.

De lo que nos dimos cuenta es que con nuestro producto teníamos millones de personas

subiendo archivos y corrigiéndolos. Hecho que nos colocaba en una situación privilegiada para desarrollar unos algoritmos muy buenos y este fue el punto de inflexión para comenzar a desarrollar nuestro algoritmo.

Inteligencia artificial y lingüistas profesionales. Esta es la combinación que hay detrás de Happy Scribe y que permite que los audios puedan ser transcritos a más de 80 idiomas y dialectos. ¿Cómo encajan ambas piezas para garantizar esta oferta y que la precisión en la transcripción sea entre el 85 % y el 99 %?

Happy Scribe empezó únicamente con el producto automático y, tras un tiempo teniendo

usuarios, nos dimos cuenta de que había parte de los usuarios que necesitaban que la transcripción fuese perfecta, es decir, que la transcripción automática que ofrecíamos hasta el momento había ocasiones que no era suficiente.

A raíz de estos comentarios comenzamos a hacer pruebas y a desarrollar una plataforma en la que lingüistas de todo el mundo se pudieran dar de alta y pudieran corregir los archivos en los que los usuarios necesitaban mayor precisión. Una plataforma que ha crecido y en la que actualmente tenemos unos 600 lingüistas y estamos lanzando nuevos lenguajes porque por la parte de *machine learning* lanzar nuevos lenguajes es más fácil porque únicamente hay que integrar datos y los algoritmos son muy parecidos, pero para la parte profesional es más complicado ya que cada lenguaje es un vertical diferente.

¿Estáis trabajando para incluir más idiomas próximamente?

Ahora mismo estamos ampliando el número de

idiomas que hay. Además, en el servicio profesional ofrecemos transcripción y subtitulación. En lo que estamos avanzando es en la traducción de subtítulos para que cuando un usuario tenga un vídeo, por ejemplo, en inglés lo pueda subir y en pocos días tenga los subtítulos en todos los idiomas que quiera de forma rápida y fácil.

La herramienta la utilizan, de media, 300.000 usuarios al mes. ¿Qué perfil de usuario es el que más destaca y en qué países es más popular su uso?

Estados Unidos es el país en el que Happy Scribe es más popular. Aquí en Europa destacan, por ejemplo, Alemania, España, Francia u Holanda. En cuanto a los usuarios típicos, la verdad es que tenemos una gran variedad porque la necesidad de audio-texto es muy básica. Pero por destacar alguno, por ejemplo, empresas de *elearning* o *youtubers*. También hay muchos periodistas, investigadores y profesionales del ámbito legal.



Happy Scribe ofrece dos servicios de transcripción. ¿En qué consisten y a qué público va dirigido cada uno de ellos?

El automático es un producto que ofrece una transcripción muy rápida, muy barata y con una precisión entre el 80 y 90 %, dependiendo de la calidad del audio. Este servicio está enfocado a todos los casos de uso en los que no se necesita

tanta calidad porque va a ser revisado por una persona o no es necesario hacerlo público, simplemente se necesita para entender el análisis o el audio. Otro caso de uso es cuando el usuario tiene un gran volumen de audio y el servicio profesional le puede salir demasiado caro. En cuanto al servicio profesional, se trata de un producto perfecto porque su precisión es del

99,9 % y es especialmente bueno para cuando el usuario tiene que mostrar la transcripción a otra gente, por ejemplo, una televisión o un canal de YouTube que necesita poner subtítulos que deben mostrar a los espectadores. Son usuarios que están dispuestos a pagar un poco más para que esta transcripción sea perfecta. Además, este producto es más lento que el automático porque lo tiene que corregir un profesional. El automático está listo en unos minutos, pero el profesional necesita unas horas o unos días, dependiendo del archivo.

¿Qué objetivos tenéis en mente alcanzar? ¿Cómo os gustaría que evolucionase la herramienta?

A largo plazo nos gustaría que la herramienta sea un único sitio para que los usuarios puedan hacer mucho más accesible todo su contenido visual y que se pueda aprender de ese contenido de una manera más fácil. Es decir, que todo el contenido audiovisual de una empresa esté

"Estamos trabajando para avanzar en la traducción de subtítulos de vídeos"

en nuestra plataforma porque Happy Scribe es el sitio donde pueden sacar toda su utilidad.

Más a corto plazo, en la parte de servicios profesionales seguir sacando más idiomas y verticales para que sea más accesible. Además, estamos desarrollando un plan para ofrecer, de forma gratuita, una serie de horas o archivos al mes para facilitar el uso de la herramienta. Porque hasta ahora sólo ofrecemos unos minutos para probar la plataforma, pero este nuevo plan iría renovándose todos los meses.

En cuanto a inversión, tanto nacional como internacional, ¿entra en vuestros planes de futuro?

No entra en nuestros planes a corto plazo. En cuanto a largo plazo, tendríamos que estudiarlo y valorarlo. En realidad, es una opción que siempre está encima de la mesa.

Por el momento, el equipo lo conformáis 20 personas. ¿Estáis teniendo problemas para incorporar talento debido a la escasez de profesionales?

Sí, encontrar personal es muy difícil. Nuestra filosofía sobre cómo montar un equipo se basa en una máxima, menos personas pero que encajen muy bien con lo que necesitamos y con la filosofía de la empresa. A partir de esta idea el tipo de búsqueda que hacemos es bastante complejo y es parte del motivo por el cual, con un equipo pequeño, podemos tener mucho impacto. Además, para André y para mí es fundamental que haya diversidad e inclusión, es decir, contar con un equipo diverso en diferentes dimensiones. Entonces si a esto le sumamos lo difícil que es encontrar a gente con los conoci-

mientos que necesitas y la filosofía de empresa, se vuelve un reto complicado. De hecho, actualmente somos 20 y tenemos a dos personas, especializadas en diversidad e inclusión, que se dedican exclusivamente a la búsqueda de talento. Además, tanto André como yo estamos muy involucrados en los procesos de selección, así como el resto del equipo.

Como emprendedor, ¿en qué momento se encuentra el ecosistema emprendedor en España actualmente? ¿Crees que hay suficientes ayudas para incentivar a los jóvenes a iniciar su negocio?

La impresión que me da es que se está moviendo. El ecosistema que conozco más es el de Barcelona y me da la impresión de que está evolucionando poco a poco y que cada vez se está poniendo más interesante. Sí que es verdad que, en mi opinión, creo que se puede mejorar mucho todavía. Por ejemplo, nosotros que tenemos presencia en Irlanda y en España, vemos



la diferencia en las administraciones. En Irlanda las administraciones son sencillas y esto para los emprendedores, que al final tienes que hacer 1.000 cosas a la vez, ayuda que te muestren apoyo en cómo realizar todos los trámites y no pongan demasiados impedimentos.

Lo positivo de España es que hay varias ayu-

das que están muy bien y es algo muy positivo, pero creo que hay que mejorar los trámites porque cuando el proyecto está empezando, es decir, cuando es sólo una idea, encontrarte con un problema o demasiadas dificultades puede hacer que esa idea que podía ser un gran proyecto se quede por el camino.