

## OBSERVATORIO DESDE CATALUÑA

NUEVOS NEGOCIOS EN INTERNET

# “¿Un Google español? ¡Imposible!”

Los empresarios que buscan nuevas oportunidades en la Red se quejan de la falta de confianza del capital riesgo, a diferencia de lo que sucede en mercados como el estadounidense.

EXPANSIÓN. Barcelona

En España nunca hubiese nacido una empresa como Google o se hubiese inventado un buscador de vídeos como Youtube. Ésta fue una de las conclusiones a las que llegaron los ponentes del último Observatorio desde Cataluña que, organizado por EXPANSIÓN con la colaboración de KPMG, contó con la participación como ponente de Antonio González-Barros, presidente de Grupo Intercom, y donde se debatió acerca de los retos de los nuevos negocios a través de la red.

A juicio de todos los participantes, entre los que figuraban Manuel Roca –uno de los fundadores del buscador de ocio Atrápalo– y Eudald Domènech –presidente de Techfoundries, especializado en soluciones para televisión interactiva–, uno de los principales problemas del mercado español es la falta de confianza por parte de las sociedades de capital riesgo. “España está al nivel de Grecia, Portugal y Madagascar en capital riesgo –afirmó Domènech–; habría que quitar la palabra riesgo de la denominación de estas empresas”.

## Concepción

Según Marc Lloveras, representante del Cidem –un organismo adscrito a la Generalitat catalana dedicado a promover el desarrollo empresarial–, “el movimiento Internet comenzó hace diez años y hasta entonces no podía hablarse de emprendedores”. En su opinión, los primeros fondos nacieron en España a principios de 2000 y, por esa



Imagen de la mesa de ponentes que participaron en el último Observatorio desde Cataluña. / Elena Ramón

razón, aún no han cerrado su ciclo inicial. “No hay que recibir el capital riesgo como un instrumento para crear empresas, sino como un elemento que busca generar beneficios en la creación de empresas”, aseguró el representante del sector público, que añadió que en España el ratio de mortandad de compañías es aún bajo, al contrario que en Estados Unidos.

“La cultura americana es muy diferente a la nuestra: allí te acompañan al éxito si triunfas”, afirmó el fundador de Atrápalo, que acaba de dar entrada en su capital al fondo

estadounidense Tiger Global Management. Igual que el buscador de ofertas de ocio, Techfoundries también cuenta con un socio financiera en su accionariado: Caja Duero.

A juicio de Domènech, en España “los únicos fondos de capital riesgo que funcionan correctamente son los que mueven grandes volúmenes, los que compran Panricos”. Sin embargo, en su opinión, cuando se trata de invertir cantidades inferiores a dos millones de euros, “solamente se puede contar con *chollistas* y *family offices* que juegan a colocar fichas de casino”.

Los comentarios de estos emprendedores toparon con otro de los participantes en el Observatorio desde Cataluña: Jesús Monleón, de Caixa Holding. A juicio del directivo, el mercado del capital riesgo acaba de nacer y, después de la explosión de la burbuja tecnológica en el 2000, crece despacio. “Cuando logramos convencer a La Caixa de invertir 200.000 euros en una empresa, tenemos que conseguir que ésta funcione para que podamos inyectar más dinero en el futuro”.

El problema es, desde su punto de vista, que “nuestra

labor es comprar para salir y aún no hay nadie que nos compre”. Monleón aseguró que es necesario mejorar el “ecosistema” para que realmente funcione y mejore la relación entre los nuevos negocios en Internet y el capital riesgo. “Esto es Estados Unidos, aún nos quedan por conseguir muchos casos de éxito”, concluyó.

“¿Dónde estamos ahora? Tras el boom de Internet, donde se sobrevaloraron los negocios, llegó el pinchazo, y ahora cuesta empezar”, afirmó Frederic Borràs, socio de KPMG. Según González-Ba-



A. González-Barros  
Presidente de Intercom

“Cuesta más arrancar aquí desde cero que llevar fuera algo que ya funciona”

“Si al nacer no creces un 15% al mes en audiencia es que el negocio no funciona”

rros, hay una serie de aspectos que definen el funcionamiento de los negocios en Internet en la actualidad. El primero de ellos –que el directivo de Intercom explicó a través del libro *La Tierra es Plana*, de Thomas L. Friedman– es que hoy en día es más fácil que años atrás salir del ámbito geográfico en que una empresa opera. Intercom, por ejemplo, lanzó en verano de 2004 el portal Softonic en Alemania con una inversión de 0,5 millones de euros y está previsto que este mismo ejercicio gane medio millón de euros y alcance seis millo-



Manuel Roca  
Atrápalo



Eudald Domènech  
Techfoundries



Jesús Monleón  
Caixa Holding



Frederic Borràs  
KPMG



Josep Alet  
Marketingcom



Marc Lloveras  
Cidem

“La cultura americana es muy diferente: allí te acompañan al éxito si triunfas”

“España está al nivel de Grecia, Portugal y Madagascar en capital riesgo”

“Nuestra labor es comprar para salir y aún no hay nadie que nos compre”

“Tras el boom de Internet llegó el pinchazo, y ahora cuesta volver a empezar”

“Google es una oportunidad en publicidad, pero también un competidor”

“El capital riesgo no es un instrumento para crear nuevas empresas”