

Cinco Sentidos

Quienes sobrevivieron a la burbuja entran en la madurez

Las 'puntocom' españolas que aguantaron la crisis cumplen una década con planes de crecimiento

JAVIER F. MAGARIÑO *Madrid*

Quise crear el Google de la maquinaria de ocasión y, tras muchas idas y venidas, me considero un superviviente de internet", dice César Rodríguez, fundador de Machinepoint.com en 1998. Tenía 35 años y ninguna experiencia en la Red: "Me inspiré en el sitio norteamericano de compraventa de coches usados Autobyte.com". Planificó su modelo de negocio y se dio de bruces con la burbuja tecnológica. Su hoja de ruta hacia el beneficio contemplaba una inversión inicial de medio millón de euros y lo primero que le llamó la atención es que "no había nadie dispuesto a dar tan poco dinero".

Los primeros en diseñar una web fueron las grandes entidades financieras. Banesto, La Caixa y Bankinter, entre otros, tienen página desde 1995. Posteriormente, entre 1996 y 1999, llegaron las puntocom. Y, tras ellas, el capital riesgo, los gastos desmedidos en marketing, el despilfarrar, los ajustes de plantilla y, por último, los cierres.

"En España faltaban apoyos económicos", prosigue Rodríguez, "y en el extranjero, en plena fiebre de internet, sólo se financiaban proyectos gigantes". El empresario español logró el apoyo de un *business angel* en Niza (Francia) y levantó ocho millones de euros procedentes de capital riesgo estadounidense. "Yo no necesitaba ese dinero, pero me obliga-

ron a redimensionar la empresa antes de apoyarme. El capital riesgo se hizo con el 57% del capital y metió directivos galácticos en mi empresa. El resultado no fue otro más que acumular pérdidas".

La de César Rodríguez es, como él mismo dice, la historia de un superviviente de la Red. En la actualidad dirige a 23 personas en el parque empresarial Boecillo (Valladolid), factura siete millones al año y declara beneficios. Machinepoint.com llegó a copar titulares en prensa extranjera, pero como a todas las tecnológicas de entonces le llegó el momento de poner los pies en la tierra. "Las pérdidas no cedían y compré la participación del capital riesgo en 2003. Hoy me alegro de ello y mi intención es extender nuestros servicios a otros mercados", declara César Rodríguez, orgulloso de poder contarlo.

Y es que fueron muchas las referencias que quedaron en el camino cuando estalló la burbuja, como el portal generalista Demasiado, los mercados electrónicos de la construcción Construplaza y E-difica, decenas de consultoras como Teknoland, tiendas de comercio electrónico del renombre de Ecuquality, incubadoras de proyectos como Netjuice, e incluso brokers online entre los que figuró Fimatex, que se vio obligado a abandonar España a los seis meses de su implantación. Otras, como Inicia, Olé, E-Netfinger, Navegalia o Co-verlink, tras las que figuraban grupos



LA RED, VISTA POR LOS EXPERTOS

MANUEL CASTELLS

Catedrático de sociología

"El mundo virtual es mucho más real que otros sectores económicos. El del automóvil, por ejemplo, tiene problemas serios por su incapacidad de reconvertirse ante un nuevo entorno energético. En cambio, las empresas de internet, en conjunto, ni se crean ni se destruyen, se transforman"



MARTIN VARSAVSKY

Empresario, fundador de Yacom, Jazztel y Fon

"Internet vale más ahora, en su conjunto, que en el año 2000. Muchas empresas fracasaron, pero es normal con cualquier nueva tecnología. Lo que fue una pena es que todo haya sido tan maniaco-depresivo... Ahora internet tiene sus días, pero no cae en el altibajo loco"



ENRIQUE DANS

Profesor de Sistemas y Tecnologías de Información del Instituto de Empresa

"Sobrevivieron quienes entendieron que la gente busca múltiples cosas en la red. En los noventa, las empresas estaban interesadas en que vieran su publicidad y en que se hicieran compras en su web. Salvo los foros, todo era unidireccional"



como Prisa, Vodafone o nombres como el de Ana Patricia Botín, se integraron en otras empresas.

En internet había mucho curioso y poco comprador. El debate sobre los contenidos de pago, clave al que pretendían agarrarse muchos para salir adelante, se saldó a favor de quienes defendían el gratis total. Faltaban ingresos y las suspensiones de pagos terminaron agolpándose en los juzgados. "En los noventa las puntocom estaban interesadas en dos partes del internauta: sus ojos, para que pudiesen ver una publicidad molesta, y su cartera", critica Enrique Dans, profesor de tecnologías de la Información del Instituto de Empresa.

Supervivientes

Entre tantos sueños frustrados por la crisis de confianza, también existen historias con final feliz. Yacom, Ozú, Kelkoo, Obralia, Arsys, eDreams, Saludalia, Marqueze, IT Deusto, Infojobs y la propia Terra, entre otras referencias, salieron a flote del naufragio. "Creíamos que el crecimiento de internet iba a ser salvaje, pero los negocios en la Red van al mismo ritmo que los del mundo físico y tardaremos varias décadas en que determinados campos adopten las nuevas tecnologías", cree Juan Gil, director del portal de la construcción Obralia.

Para muchos, los errores fundamentales del pasado ya han sido enmendados: "Se planteó hace unos años que existía una Nueva Economía, en ella las empresas valían lo que generaban en tráfico y lo que podían gastar en marketing. Creo que era un modelo especulativo que ya no se da", expone Gil.

Otra lección aprendida es que la Bolsa puede ser el más inestable de los apoyos: "La mayoría de las empresas de internet son privadas y los inversores no son tan ciclotímicos como la Bolsa", cree Martin Varsavsky, fundador de Yacom y Jazztel. Este pionero ha puesto en marcha un último proyecto, Fon, en el que participan Google, eBay, Janus Friis y Niklas Zennstrom (fundadores de Kazaa y Skype), Sequoia Capital e Index Ven-



César Rodríguez, de Machinepoint, junto a tres directivas.

EN BUSCA DEL DINERO

CAPITAL RIESGO. El volumen de inversión de *venture capital* en España sigue estable. El capital riesgo dedicó a tecnológicas el 30% de sus operaciones en 2006.

BOLSA. El mercado alternativo bursátil español (MAB) se retrasa en la creación de un índice en el que puedan cotizar las pymes.

LAS CIFRAS DEL NAUFRAGIO DE INTERNET

493

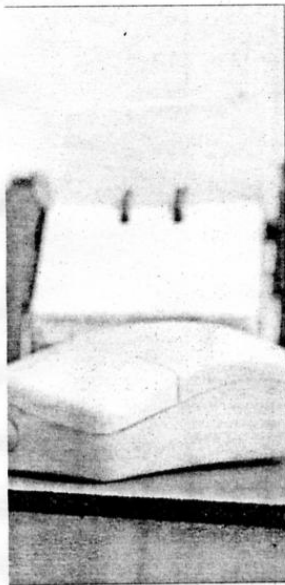
cierras en EE UU de enero de 2000 a junio de 2001, según la consultora Webmegers.

15.000

empleos fueron destruidos por empresas de internet europeas en el año 2000.

39.130

millones capitalizaba Terra en Bolsa en febrero de 2000, superando a BBVA y SCH.



ARSYS Diez años sin socios financieros ni equipo comercial en la calle

Dos socios riojanos, un musicólogo y un físico, crearon Arsys en el año 1996. Y los mismos inversores continúan siendo los propietarios de una empresa que debe sus ingresos a actividades como el registro de dominios de internet o la oferta de alojamiento web.

"ArSYS no fue creada para especular con su venta, como muchas de la época, sino que apoyaba su plan de negocio en la búsqueda de beneficios", declara Rafael Cítoles (en la ima-

gen), su consejero delegado desde 2001. Los números negativos llegaron el segundo año y, a falta de ajustes, 2006 ha finalizado con unas ganancias de 6,3 millones y una plantilla de 253 personas. En diez años, ArSYS ha ayudado a entrar en internet a 140.000 pymes.



Lo más relevante en su historia es que nunca ha precisado el apoyo de financiación: "La empresa ha reinvertido siempre su beneficio en investigación y en crecimiento", argumenta Cítoles. Y más curioso aún es que tampoco haya tenido un equipo comercial a pie de calle hasta hace un año, cerrando sus ventas a través de la página web.

Su próximo reto es la creación de un parque digital en Logroño que debería funcionar en 2009.

EDREAMS Disciplina espartana de costes y mucha fortaleza psicológica

300 millones de facturación prevista para 2006 habla de la dimensión del negocio que supone Edreams, agencia de viajes online fundada por un español, Javier Pérez Tenessa, en una de las cunas mundiales de la tecnología, Silicon Valley (California).

"La crisis que hubo en el acceso a financiación para proyectos tecnológicos nos hizo replantear las prioridades, y ya en 2001 nos centramos en España e Italia", recuerda el director general de

Edreams, Mauricio Prieto (en la foto).

La oferta de vuelos y hoteles asequibles y su filosofía de orientación al cliente hicieron que las ventas de este por-



tal crecieron un 40% anual en la etapa más crítica, entre 2001 y 2003. "De esa época aprendimos a tener

disciplina de costes y fortaleza psicológica para resistir ante quienes decían que nada en internet tenía futuro", expresa el ejecutivo.

Edreams protagonizó en 2006 la mayor desinversión de capital riesgo en una tecnología española. DCM, Apax Partners, Atlas Venture y 3i, entre otros, vendieron la firma por 153 millones a la private equity TA Associates y al equipo directivo. Sus participaciones son del 75% y 25%, respectivamente.

INFOJOBS Su venta marcó el fin de la sequía de capital en la red

Cuando en 2004 el grupo canadiense Trader Classified Media -comprado en junio de 2006 por la noruega Schibsted- tomó el 60% del mayor portal español de empleo, Infojobs, la prensa señaló que finalizaba la sequía inversora en internet. Las valoraciones de las empresas ya no eran las de finales del siglo XX, pero Trader pagó casi 14 millones por gozar de mayoría en el accionariado del portal catalán.

Infojobs surge en 1998 de la incubadora de negocios Intercom y su crecimiento ha sido imparable. El portal recibe más de nueve millo-



nes de visitas al mes, según OJD, y, tras la crisis que afectó al negocio virtual, abrió nuevas bolsas virtuales de empleo

en Italia (julio de 2004) y Polonia (octubre de 2005). "La lección que extraemos de la explosión de la burbuja es que en la gestión nunca debemos abandonar una regla básica: el sentido común", dice Juan Antonio Esteban, director general de Infojobs (en la foto). Atribuye el éxito (en los últimos tres años la facturación sube a un ritmo del 60%) a un sistema "fácil, rápido y eficaz" de oferta y demanda de empleo.

tures: "Gente madura que no cae fácilmente en el pánico", según Varsavsky, que culpa de muchos fracasos empresariales a la volatilidad del parque.

Lo que no ha cambiado, a juicio de uno de los mayores expertos en la materia, Manuel Castells, es el espíritu de los empresarios: "El carácter emprendedor sigue caracterizando a internet como vanguardia empresarial de una época creativa. Los innovadores no se paran a medir el riesgo, eso es cuestión de los financieros", defiende este catedrático de sociología de la UOC y profesor senior de la Universidad de Berkeley, además de autor de una veintena de libros sobre el entorno virtual.

Guillermo Mercader, consejero delegado del operador Yacom, recuerda que el estallido de la burbuja "se llevó por delante a compañías cuyos pies eran de barro".

Antevenio busca cotizar y ser la única referencia de la internet española en Bolsa

Procedente del mundo de los números (fue director financiero de Wella España y auditor de Coopers & Lybrand), Mercader estima que la valoración de las compañías de internet se realiza a día de hoy sobre parámetros similares a los de la llamada economía real: ingresos, Ebitda o resultados netos.

Una vez padecida la corrección, las puntocom se han sacudido el olor a negocio especulativo y vuelve a haber una española que apuesta por captar capital en Bolsa. Antevenio, especializada en marketing interactivo, última los trámites para cotizar en el mercado francés Alternet. Sus directivos esperan abrir el camino a otras muchas referencias españolas en Bolsas diseñadas para pymes. Quizás el parque sea la última prueba para proclamar el cierre de una crisis de confianza que ha perdurado, incluso, en tiempos de bonanza económica.

OZÚ La misma de siempre, pero con el apoyo de un grupo multimedia

Febrero de 1996, en un local de San Blas (Madrid) y con medio millón de pesetas de capital. Así nació el pionero entre los portales generalistas, Ozú.

Su director general, Marcos Enriquez (en la foto), estaba en el equipo de fundadores: "La capacidad financiera fue clave para aguantar", cita al recordar la venta del 51% de Ozú al Grupo Correo (hoy Vocento) en 2001 y una ampliación de capital por 1,4 millo-

nes. Pero el éxito "también responde al control de gastos".

Según Enriquez, Ozú ha cumplido siempre su papel de empresa cercana al



internauta y esa filosofía ha tenido premio: "Ni en el peor momento, en el que no hemos hecho publicidad, nos han

abandonado". La crisis no pudo con Ozú, pero sí obligó a aparcar la expansión internacional.

Uno de los últimos pasos del portal ha sido subirse a la ola del video con Daleal-play.com, sitio de carga y descarga de imágenes al estilo Youtube. En cuanto al gran reto, pasa por crear nuevos formatos publicitarios. "Trabajamos con parámetros de economía real y creo que seguiremos aquí dentro de diez años".

OBRALIA Un superviviente de la criba entre los mercados electrónicos

Empresas del sector de la construcción de toda España se comunican a diario a través de internet para abastecerse de materiales, conocer las últimas oportunidades de negocio o tener a los proveedores a golpe de ratón. Lo hacen a través del portal Obra-

lia.com, uno de los contados mercados digitales que navegaron por la crisis puntocom sin hundirse. "En 2000 había 17 portales compitiendo por un mercado que se prometía casi infinito, los planes de nego-

cio contemplaban un rápido crecimiento y salidas a Bolsa, y las grandes constructoras pelearon por entrar en sus accionariados.



Hoy quedamos tres y los que vengan en el futuro responderán a la necesidad del mercado, no a intereses especulati-

vos", relata Juan Gil Rabadán, director general de Obra- (en la foto).

El soporte que han aportado accionistas como FCC, Ferrovial, Acciona o Sacry, ha sido determinante. El otro pilar de supervivencia, según Gil Rabadán, ha sido "implantar a los propietarios del portal en su utilización".

Obra- lleva tres años con ganancias y pretende abrir su accionariado, compuesto por 36 empresas, a nuevas compañías al margen de las constructoras.

YACOM De portal generalista a plantar cara a Telefónica en la oferta de ADSL

"Internet sigue manteniendo sus señas de identidad y la principal es que evoluciona constantemente. Ha cambiado el mercado, han variado los clientes, por supuesto también los servicios, y esta evolución ha dirigido a nuestra compañía hacia el posicionamiento de operador de telecomunicaciones", describe Guillermo Mercader (en la foto), consejero delegado de Yacom.

La empresa, fundada por Martín Var-

savsky como un portal generalista en 1999, sirvió para la entrada de T-Online en España en 2000 y hoy el 100% de su capital pertenece a una



de las operadoras más potentes, Deutsche Telekom. Además de valerse de la fuerza financiera de la matriz,

Yacom ha aplicado la "racionalidad" para aguantar en el mercado y convertirse en uno de los primeros operadores de banda ancha de España.

"En su momento no crecimos de forma desmesurada ni recurrimos a un endeudamiento exagerado", expone Mercader. El futuro depende de sus recientes inversiones en el despliegue de redes y de los nuevos servicios que la banda ancha será capaz de poner al alcance del usuario.