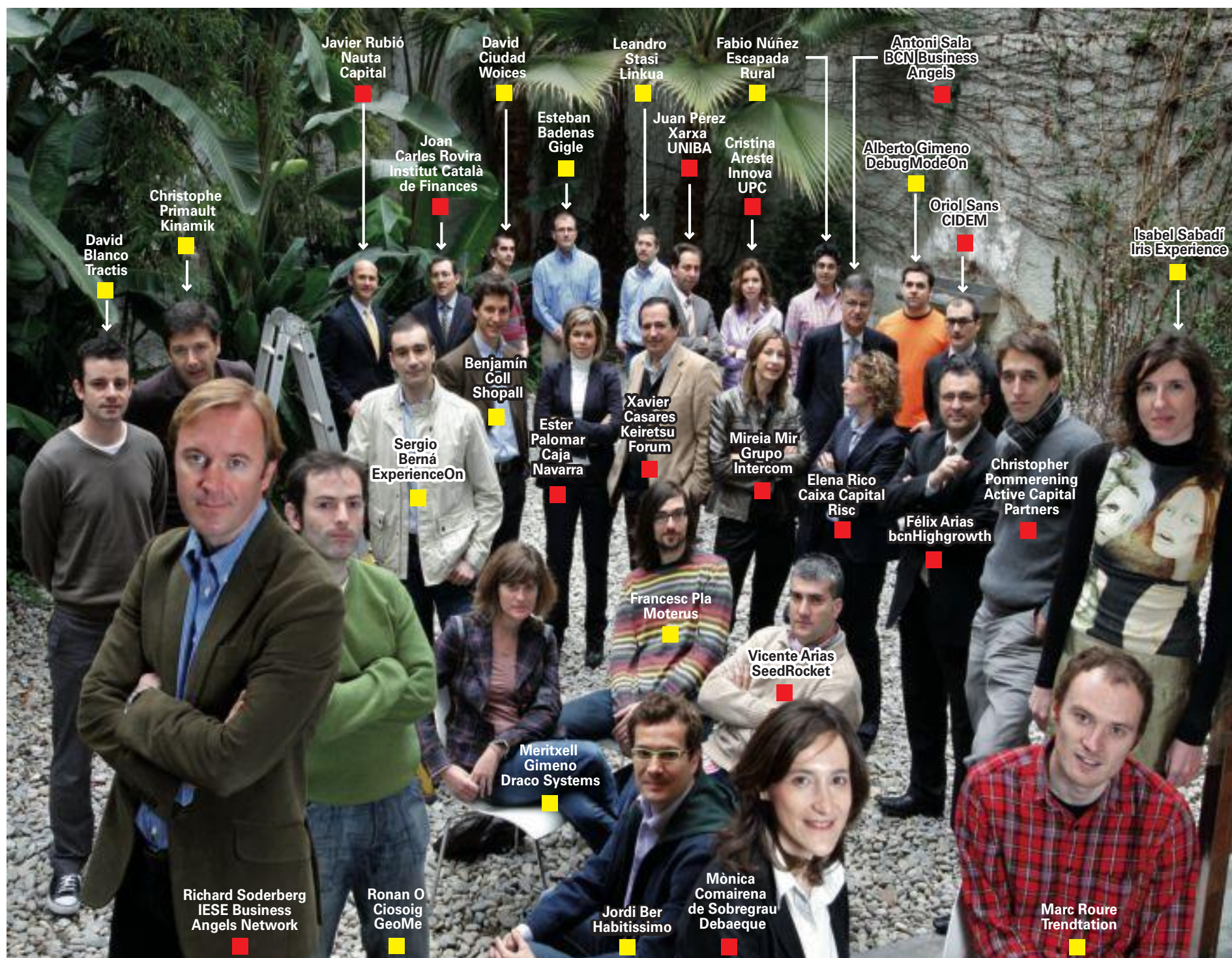


## INICIATIVAS



Un total de 30 inversores (con distintivo rojo) y emprendedores (distintivo amarillo) se juntaron para la foto en la nueva librería Bertrand de Barcelona.

SUSANNA SÁEZ

# Idea, crea, emprende

El 25% de las 'start-ups' españolas no llegan al tercer año de vida ● Para salir adelante, cada vez más proyectos recurren a incubadoras como YCombinator, Seedcamp y SeedRocket ● "Lo más difícil el primer año es romper la soledad del emprendedor. Necesitas orientación", dice Ignasi Capdevila ● La receta de Graham para la supervivencia: "Gastar poco, evitar distracciones y no tirar la toalla"

## Viene de primera página

Si una ventaja tiene Internet es que te permite lanzar una idea muy rápida y validarla. Eso hice". Ignasi Capdevila, 35 años, ingeniero industrial, llevaba años dándole vueltas a un posible negocio: idiomas a distancia en la Red, conectar a profesores y alumnos en cualquier parte del mundo mediante conferencia *web*. Después de trabajar en Alemania y cursar un *master*, no pudo más. Dejó todo y en octubre del 2007 lanzó Linkua.com. Presupuesto inicial, 50.000 euros. Empleados, uno, él.

Casi año y medio después, su apuesta va camino de convertirse en negocio estable. Cuenta con 5.000 profesores y 2.000 alumnos de más de 20 países que usan activamente el servicio y espera comenzar a facturar este verano.

De un empleado ha pasado a cinco y en breve traducirán la *web* a 41 idiomas. Aunque el camino ha sido espinoso. "Romper la soledad del emprendedor es lo más difícil el primer año. Necesitas orientación, recibir opiniones de gente experimentada, validar tu estrategia".

Su búsqueda desembocó en SeedRocket, un evento nacido a mediados de 2008 donde pesos pesados como Jesús Encinar, creador de Idealista.com y Nacho González-Barros, fundador de InfoJobs.net, ayudan durante seis meses a los recién llegados a lograr con éxito el primer objetivo: materializar una idea.

"No es ni un fondo de inversión, es un acelerador de proyectos". Así lo define Jesús Monleón, responsable de SeedRocket junto a Vicente Arias. En su primera edición de 2008, 72 *start-ups* compitieron por uno

de los tres premios de 20.000 euros de financiación y medio año de formación. Desarrollo del plan de mercadotecnia, estrategia comercial, bases financieras, publicidad, modelo de negocio... todo a cargo de mentores reconocidos. Después, toca enfrentarse al mundo.

En esa fase están ahora, en pleno vendaval económico, cientos de emprendedores en España. Proyectos que acaban de nacer, como Trendtation, Voices y GeoMe, lo ven aún lejos. Pero fundadores de empresas con más experiencia, como Kina-

mik, Linkua, Shopall o Tractis, se han enfrentado ya a las vicisitudes del mercado. Fabio Núñez, 29 años, es uno de ellos.

Fundó Escapada Rural en el 2007, un portal *online* de compraventa y alquiler de casas rurales. Meses más tarde abandonó su trabajo de diseñador *web* en InfoJobs para volcarse de lleno. Hoy es el tercer portal de este tipo en España, con 150.000 visitantes únicos al mes y más de 10.000 propiedades listadas entre España e Italia.

El truco, "aprender a presentar tu proyecto frente a inverso-

res. Al principio no teníamos una visión a gran escala, agresiva, ambiciosa, y eso es fundamental".

## Modelo YCombinator

En España, SeedRocket ha replicado un modelo nacido con éxito en EE UU: mezclar en una misma habitación a jóvenes talentos con gurús experimentados para idear negocios. YCombinator, creado por tres *hackers* y una banquera de inversión, marca el ritmo. "Trabajamos mucho sobre la idea inicial, les preparamos para que puedan levantar financiación en etapas posteriores", explica desde California su cofundador, Paul Graham.

Junto con Robert Morris, profesor del MIT, y Trevor Blackwell, Graham fundó Viaweb, vendida a Yahoo. En 2005 lanzaron YCombinator para trabajar codo con codo con emprendedores de Silicon Valley para pulir sus ideas. "Las *start-ups* al final son siempre la evolución de un concepto inicial". Han invertido en 118 compañías, entre ellas promesas como Loopt, Reddit y Xobni. Las claves de Graham: "Gastar poco, evitar distracciones y no tirar la toalla". Pasa a la página 5

## Decálogo del joven emprendedor

1. Descubre un hueco de mercado. Es falso que todo esté inventado. Las mejores ideas descubren lo que otros no han visto.
2. Piensa en la ejecución. La idea es sólo el 50%, el resto es ejecución: el proceso que la transforma en un servicio original. Si una buena idea fracasa, culpa a la ejecución.
3. Escoge un buen equipo. Los más sólidos son interdisciplinarios. Amigos y talento no siempre van de la mano.

4. Lánzate pronto. No tardes años en estrenar la empresa. Y menos si es de Internet.
5. Hazles caso. Tus primeros clientes y visitantes son los más valiosos. Su opinión te ayudará a enfocar mejor el proyecto. Lo que ellos quieren es lo que tú debes dar.
6. Muestra el dinero. Sin plan de monetización no hay futuro. Piensa en ingresos, gastos y beneficios desde el principio. Dinero llama dinero.
7. Habla, habla y habla. No dejes de

8. Ofrece la mejor atención al cliente. Un servicio sin personas detrás no triunfa. Ayudará a fidelizar la clientela.
9. No gastes. Algunos venden su casa y su coche. Si tú no estás dispuesto, cambia de oficio. Una vez dentro, la austeridad manda.
10. Sé ambicioso. Tu mercado no es España, es el mundo.