



El desafío de ser... emprendedor e inversor en España

**Alejandro
Suárez
Sánchez-Ocaña**

→ En momentos en que miles de pymes han desaparecido en España, el valor testimonial de Alejandro Suárez es tan importante como esperanzador. Al mismo tiempo, se muestra muy crítico con los “funcionarios de espíritu” y la falta de estímulo y de protección a emprendedores y business angels en nuestro país.

en España, el 80% de los nuevos proyectos fracasan antes de cinco años y, el 95%, no sobrepasa los 10. Son cifras demoledoras...

Sí, pero, con la crisis, ha crecido el número de emprendedores por necesidad. Mucha gente no ve otra salida. Hasta 2007, el 90% de los emprendedores españoles eran vocacionales. Ahora, la tasa se ha reducido al 50% y, tal y como están discutiendo las cosas, en unos años la proporción puede ser de un 10%. Mucha gente se está lanzando a montar su empresa, lo que me sorprende es que el proceso esté discutiendo tan despacio con más de cuatro millones de parados. No tiene ningún sentido que haya tantos españoles sentados en sus casas esperando a que suene el teléfono.

La crisis anterior de las punto.com, le sorprendió siendo emprendedor...

Sí, casi recién llegado. En 1998, monté mi primera compañía en Internet, Grupo Publispain. Y, a los seis u ocho meses, recibí una oferta de un socio industrial que me ofrecía 500 millones de pesetas de la época por una participación minoritaria. Para mí aquello fue un

shock, era muy joven y había montado la empresa con el equivalente a €3.000. Reaccioné pensando que, o aquella persona estaba loca, o yo no era consciente de lo que había creado. Todo estaba sobredimensionado, se hacían unos castillos de naipes que ahora casi da risa recordar. Opté por la prudencia y ése es el principal motivo por el que estoy aquí. Si me hubiera dejado llevar por aquella locura, posiblemente no estaría trabajando en el sector.

¿Le costó decir que no a esa oferta?

El sentido común o el miedo a algo que no me parecía lógico me hizo rechazar la oferta. Decidí seguir hacia delante solo, sin sobredimensionar mi empresa. Digamos que, gracias a que huí de esos cantos de sirena, cuando las cosas se pusieron difíciles durante los años 2000 y 2001, pudimos afrontar la situación sin problemas. Incluso fuimos capaces de comprar a algunos competidores.

A diferencia del venture capital, invierte su propio capital, ¿qué análisis previo realiza de los proyectos?

Aparte de ser business angel, colabo-

ro con varios fondos de capital riesgo en sus inversiones en Internet. En muchas ocasiones, mi objetivo es aportar una valoración más intuitiva de la que pueden tener sus gestores. Si digo que a una empresa le veo futuro, mi opinión tiene un peso diferencial en el Consejo. Donde el fondo de capital riesgo ve hojas de Excel y números, nosotros detectamos otro tipo de valores. Por ejemplo, futuras sinergias. La gran diferencia entre un business angel y un venture capital es un tema de feeling: el venture capital no puede basarse en una intuición. Yo puedo invertir €100.000 en un proyecto en fase start up si el emprendedor me gusta, si veo modelos de mercado en el Norte de Europa o en EE.UU. que están funcionando en esa línea de negocio y, sobre todo, si me lo creo o no. El venture capital no puede jugar con esas mismas variables.

Supongo que tendrá que discutir muchas valoraciones con los emprendedores...

La verdad es que nunca discuto una valoración, simplemente, no invierto. En 2007-2006, algunos meses llegamos a recibir 40 ó 50 business plan, pero la mayoría de las propuestas no tenían ningún sentido ni había un trabajo previo detrás. En estos momentos, hay muchos menos emprendedores buscando business angels, pero los que existen están más preparados y los precios se han ajustado. En la asociación, la AIEI, analizamos unas 10 oportunidades de inversión mensuales y yo, a nivel particular, otros 15 ó 20 proyectos. El último semestre de 2010 fue muy activo en deal flow, cerramos tres operaciones pero, el año 2011, ha empezado más flojo y el mercado está muy tranquilo.

MUY PERSONAL

La primera experiencia de Alejandro Suárez (Madrid, 1973) como emprendedor fue con sólo 18 años. Aunque la afirmación le parece "muy osada", ha sido reconocido como uno de los gurús de los 15 primeros años de Internet en España. En su faceta como inversor, pasará a la historia como uno de los primeros business angels españoles. También puede presumir de ser uno de los pocos empresarios de nuevas

tecnologías anteriores a la burbuja de Internet en España que ha logrado sobrevivir a aquellos excesos. Tantas actividades e inquietudes requieren un orden de prioridades. "En primer lugar", asegura, "soy emprendedor. Como consecuencia de ello, soy empresario y, gracias a que las cosas me han ido razonablemente bien, soy business angel. Pero, con el paso de los años, voy siendo

cada vez más inversor". El resto de su tiempo lo ocupa como Vicepresidente de la AIEI (Asociación de Inversores y Emprendedores de Internet), Director Ejecutivo de Grupo Publispain, de la Red de Blogs de Ocio Networks y de Lazer Rede de Blogs en Brasil, Presidente de Inversora Foley y Consejero Socio Fundador de Yes.fm. Apenas un mes después de su lanzamiento, su obra "Ha llegado la hora

de montar tu empresa", ha alcanzado ya la segunda edición. De ella, rescatamos dos mensajes: España necesita más emprendedores, más iniciativa, más innovación y, posiblemente, menos funcionarios de espíritu. Y, con un paro del 20%, sólo el 5,4% de los ciudadanos españoles se planteó abrir su propio negocio en 2010, frente al 38% de EE.UU. y el 21% de media existente en la UE.



¿El deal flow actual es de calidad?

Sí. En el momento álgido de 2007, pensábamos que las oportunidades de inversión aumentarían mucho pero, curiosamente, ha sido al revés. Es ahora cuando estamos viendo mejores proyectos y, además, podemos entrar en ellos a precios más razonables que hace tres años. Algunos ya los veníamos siguiendo desde hace tiempo, pero eran inaccesibles por sus valoraciones astronómicas (start ups de €5M-€6M). Todavía hay quien monta una start up y, un día después de registrarla y de hacerse unas tarjetas de visita, ya está defendiendo valoraciones de €2M. Esto se sigue viendo, pero menos.

En Internet, ¿qué valoraciones o múltiples son razonables ahora?

Algunas compañías en fase seed capital pueden alcanzar valoraciones de hasta €3M y €4M, entre otras cosas, por el know how del emprendedor, pero no es desde luego lo habitual. En Club Santa Mónica entramos en una fase muy seed, por ejemplo. Haciendo una metáfora, el seed capital es como coger un ticket de la noria a una valoración muy razonable para que, si funciona, puedas enchufar más gasolina en la segunda ronda. La mayoría de primeros tickets no dan para un segundo viaje. El ratio de supervivencia no supera el 30%. En start ups, está en torno al 35%.

De los proyectos que le llegan, ¿cuántos analiza en profundidad?

Si el proyecto me resulta interesante sobre el papel, antes de analizarlo más a fondo, me reúno con el emprendedor. He llegado a recibir business plan de 120 folios. De los que hojeo, un 90% no me llaman la atención, sólo llego a

“ Los business angels ya no somos llaneros solitarios, rara vez entramos solos en un proyecto. Nos gusta coinvertir entre nosotros o con fondos de capital riesgo ”

reunirme con el 10%. Tras ese primer encuentro, el 95% se cae. De todos modos, el emprendedor no se está dando cuenta de algo importante: los business angels ya no somos "llaneros solitarios", rara vez entramos solos en un proyecto, siempre estamos buscando oportunidades de coinversión con otros business angels o fondos de capital riesgo. Es una tendencia muy clara. Yo, ahora mismo, según está el mercado, es difícil que me lance a una inversión en solitario en una start up. Si es cierto que, antes de llamar a un fondo de capital riesgo o a un venture capital, un business angel siempre llama a otros business angels. Pero, en general, tal y como están las cosas, compartir ganancias no es algo que preocupe a nadie. Sin embargo, poder compartir riesgos resulta fundamental. Hay que coinvertir. El ir acompañado, además, siempre valida el proyecto.

¿Cuál es el ticket medio de sus inversiones?

Normalmente, invierto entre €50.000 y €150.000 en primeras rondas de financiación, tomando una participación que, dependiendo del valor de la compañía y del tipo de inversión, se sitúa entre el 5% y el 15%. En algunas ocasiones, puedo alcanzar hasta el 20%.

Si el management no invierte en su propio negocio, ¿usted tampoco?

En general, tiene que haber invertido previamente, aunque no pueda

acompañarme en esa ronda. A veces, la aportación del management ha sido anterior o simplemente, el management me gusta, pero no puede acompañarme porque las circunstancias económicas se lo impiden. Sobre todo, lo que quiero es ver muy involucrado al futuro gestor del proyecto.

¿Qué empresas integran su portafolio actual, como propietario y como inversor?

Tengo dos compañías propias: Grupo Publispain y Ocio Networks, firmas de microcontenidos temáticos. Actualmente, publicamos 43 blogs temáticos y tenemos 7 millones de usuarios únicos. Desde 2009, contamos con una filial en Brasil, Lazer Rede, con 1,5 millones de usuarios. Entre las dos compañías, gestionamos más de 10 millones de usuarios únicos mensuales en España y 1,5 en Brasil. En el caso de Ocio, a finales de este año lanzaremos una filial en China. Pero, durante 2011, estaremos muy enfocados, casi al 100%, en hacer crecer a Lazer en Brasil.

¿En qué participadas está invertido?

Tengo participaciones en Yes.fm, un proyecto de música muy parecido a Spoty 5 en el que, en 2008, varios inversores inyectamos €3,5M. Ofrecemos un catálogo de 2 millones de canciones de música en streaming. También tengo una participación en Club Santa »



EN CARTERA

TARGET	MODELO DE NEGOCIO
Yes.fm	música en streaming
Club Santa Mónica	club de viajes y ocio online
2B Black Bio	medicina personalizada y diagnóstico
Gestiona Radio	cadena de radio económica
Cabiedes & Partners	primer "angel fund" de España

» Mónica, la agencia de viajes privados a través de Internet, en coinversión con Cabiedes & Partners, la entidad de capital riesgo liderada por Luis Martín Cabiedes, Yago Arbeloa, CEO de la firma de hosting Sync y Álvaro Arbeloa. Además, estoy presente también en dos biotecnológicas: 2B BlackBio, dedicada a temas de medicina personalizada, y una filial que acabamos de lanzar en la India, 3B BlackBio, cotizada en la Bolsa de Bombay. Pronto, lanzaremos una tercera en Turquía, 4B BlackBio. Y, en el sector de medios de comunicación, en 2010 he invertido en Gestiona Radio, la cadena de emisoras económicas. Además, acabamos de cerrar una inversión en Smarty Content, un proyecto de Internet que integra contenidos multimedia (TV, video, radio y música) y estamos analizando otros dos de comercio electrónico, uno de los nichos que puede crecer exponencialmente en los próximos años en España.

¿En serio? ¿Cree que todavía hay sitio para nuevos negocios en comercio electrónico en España?

No hay sitio para inversiones en clubes privados de compras generalistas, porque ha habido tanto dinero que creo que el sector ha acabado por deteriorarse. Por ejemplo, antes, sacabas una oferta de compra de Nike, facturabas €50.000 sin ningún tipo de coste y la compañía te dejaba hasta las zapatillas... Ahora, Nike te dice que le compres antes las zapatillas y te "comas" los invendidos. Pero en clubes privados de compras en determinados nichos como los viajes y la electrónica, creo que sí que sigue habiendo sitio.

Últimamente, muchos inversores dicen que solo invierten en compañías de Internet si el modelo de negocio es fácilmente internacionalizable, ¿es necesario que lo sea?

A mí ese planteamiento me parece un poco erróneo, ¿cuántas compañías

“ El deal flow que me llega es de calidad. Estoy viendo mejores oportunidades de inversión que hace dos o tres años y a un precio de entrada más razonable ”

españolas se han internacionalizado? A mí me parece que España sigue siendo un mercado lo suficientemente goloso como para tomar una participación en una start up española que pueda hacerse con un nicho de mercado concreto en nuestro país. Tuenti no tiene visos de internacionalizarse y Telefónica ha pagado €70M por ella. Ahora, lanzarán la empresa donde quieran, pero ese importe lo han pagado por el valor de la firma en España.

¿A qué rentabilidades aspira? Todavía no ha realizado ningún exit, ¿no?

En este sector, es muy difícil salir comido por servido. De 10 inversiones, parto de la base de que en seis voy a perderlo todo, en tres voy a empatar, que serán las que me permitan mantenerme durante esos años, y en una, con un poco de suerte, obtendré unos múltiplos de 8x o más. Con una buena inversión o un buen exit, estás pagando el resto de la cartera. Al final, de 10 carreras que intentas, sólo dos o tres te van a ir dando suficiente gasolina para llegar al final, a ese proyecto ganador. Hay que matizar que perder todo no es que la compañía quiebre, puede alcanzar un "break-even" y no llegar a más. Es decir, el emprendedor desarrolla un modelo de negocio que le aporta un sueldo a final de mes, pero tú la tachas de la lista porque sabes que, aunque la compañía siga viva, no va a crecer exponencialmente. Muchas veces, lo que para el emprendedor es la total felicidad, para el inversor es una faena.

¿Cuál ha sido su mejor experiencia hasta la fecha?

Bueno, durante estos años, por medio de una filial inversora, he ido realizando inversiones en nombres de dominios. En 1998, los dominios genéricos en Internet tenían un valor interesante y ya hemos vendido algunos con unas rentabilidades muy buenas. Las inversiones actualmente en cartera son de los últimos dos o tres años, todavía no he realizado ningún exit, pero creo que Club Santa Mónica tiene muy buena pinta a medio plazo, en un año y medio.

¿En qué proyecto ha fracasado y qué ha aprendido de él?

Tengo un fracaso muy reciente: el lanzamiento de Genolab, un laboratorio de genética en el que llevaba dos años trabajando. La compañía pretendía ofrecer un sistema de medicina personalizada por medio de la saliva, por el que decodificábamos el ADN para saber qué propensión tiene cada persona a ciertas enfermedades. Montamos unos laboratorios en el Parque Tecnológico de Alcalá de Henares, importamos tecnología china y alemana para montar el centro más avanzado de decodificación de ADN en España. Contratamos a un equipo médico de primer nivel y, justo dos meses antes del lanzamiento, por sorpresa, en un Real Decreto sobre fecundación in vitro, se incluyó un párrafo en el que se prohibía que este tipo de análisis genéticos se realizaran fuera del ámbito hospitalario y se promocionaran al usuario final.

Después de un enorme research legal, esa posibilidad ¿no la habían contemplado?

No, nadie la detectó. La realidad es que, muchas veces, estamos sobrelegislados en España. La inversión realizada era de €600.000-€700.000 y, para continuar, teníamos que llevarnos el proyecto fuera de España o desmontarlo todo de un día para otro, que es lo que hicimos. Son cosas de las que aprendes: proyectos que son excesivamente innovadores en una sociedad como ésta no pueden salir adelante. Corres riesgos absurdos.

¿Cómo ha sido su experiencia con el capital riesgo?

Buena, precisamente estamos a punto de firmar una coinversión. De las 4 ó 5 operaciones que haré en 2011, dos ó tres serán con venture capital. Hay fondos muy diversos. Con algunos, yo iría sin ningún tipo de duda de la mano, porque además les gusta coinvertir. Otros, ven al business angel como una especie de intruso, incluso situado un escalón por debajo, pero somos muy complementarios.

Alejandro Suárez piensa que los emprendedores podrían ser la salvación del país. El autor acaba de publicar un relato en el que ayuda a iniciarse en la difícil tarea de emprender

