

Diario de Mallorca

BUSINESS
DMALLORCA

www.businessdemallorca.es



El suplemento económico de Mallorca

El protagonista



XAVIER SANSÓ

“Entre que una empresa se crea y pasa a ser una ‘Serie A’, un noventa por ciento mueren”

► El experto en financiación de empresas emergentes explica en esta entrevista cómo puede una *startup* conseguir financiación para llevar adelante su proyecto. **6 y 7**

La cifra



A1

nueva calificación crediticia de China otorgada por Moody's

► La agencia Moody's rebajó este mes la calificación crediticia de China por primera vez en casi 30 años debido a diferentes factores negativos. **10 y 11**

‘Startups’: cómo conseguir una ronda de financiación de más de 1 millón de euros

El talento es la clave



Xavier Sansó durante su conferencia en el Club Diario de Mallorca.

B. RAMON

Xavier Sansó, socio fundador de la compañía especializada en financiación de empresas emergentes Metrix Partners, explicó con motivo del decimotercer foro BusinessDMallorca cómo algunas ‘startups’ de nuestro país han conseguido rondas de financiación de más de un millón de euros. Sansó, mallorquín de origen aunque afincado en Barcelona desde hace unos años, destacó que los fondos de capital riesgo invierten más en el talento de los emprendedores que en sus ideas o proyectos. **2 a 11**



Xavier Sansó durante su conferencia en el último foro BusinessDMallorca

El Club Diario de Mallorca acogió una nueva jornada del foro BusinessDMallorca. Xavier Sansó, socio de la empresa especializada en conseguir financiación para startups Metrix Partners, describió su papel en el mundo de las empresas emergentes y las dificultades de financiación que encuentran al tratarse de inversiones de riesgo. También repasó los atractivos que pueden presentar a los inversores

‘Startups’: estrategias para conseguir financiación privada

Las claves del éxito: “Equipo, producto disruptivo y mercado”



FOTOS DE B. RAMON

i En qué coinciden las *startups* que consiguen financiación de inversores? “En general, encuentras un gran equipo, un producto disruptivo y oportunidad de mercado. Sé que parece una respuesta muy académica, pero no tengo otra”. Aunque no tenga otra,

quien responde sabe de lo que habla. La respuesta es de Xavier Sansó, socio de la empresa especializada en conseguir financiación para *startups* Metrix Partners.

El empresario mallorquín -que se define “en la diáspora”- tiene un rol importante en el desarrollo de algunas de estas empresas emergentes. Su empresa conecta a fondos de inversión con proyectos de emprendedores. El pasado miércoles habló de su experiencia en una nueva sesión del foro BusinessDMallorca celebrada en el Club Diario de Mallorca y donde repasó casos de éxito y habló de las claves de este sector ante medio centenar de asistentes.

Según explicó, las *startups* “que hacen rondas de inversión de hasta 400 millones no nos necesitan”. Las que acuden a sus servicios son proyectos que se mueven

Metrix Partners conecta proyectos empresariales jóvenes, que encuentran dificultades para financiarse, con fondos de inversión, que asumen un riesgo no justificado por su rentabilidad

hasta los treinta millones de euros -“que tampoco está nada mal”, apuntó-. De hecho, Metrix Partners consiguió financiación para tres *startups* que están entre las ocho que han conseguidos las mayores cantidades en rondas de España.

Dificultad de inversión

¿Cómo consiguen la confianza de los inversores estas nuevas empresas? Porque a priori no parece tarea fácil. Según deta-

lló Sansó, “el 95 por ciento de las inversiones no ofrecen la rentabilidad para justificar el riesgo que asumen”. “Los inversores saben que una rentabilidad normal con las *startups* no la van a tener y que incluso muchas quebrarán, pero alguna irá bien”. Más datos que ofreció el empresario mallorquín sobre los riesgos de la inversión: “La mitad de veces, el inversor recupera menos de lo que ha puesto; un 35 por ciento, lo mismo; solo un 15 por ciento de las veces, gana; y sólo un 5, triplica”.

Metrix Partners se encarga de conocer los proyectos y validarlos, directamente o a través de terceros, y presenta las empresas a fondos de inversión a cambio de una comisión anual de la gestión de los

PASA A LA PÁGINA SIGUIENTE ►

En casa del herrero,
cuchara de palo



borbalan.com

PALMA • CUBA



Público asistente al Foro BusinessDMallorca.



Xavier Sansó, en su intervención.

▶ VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

fondos. “Nunca he visto tanta tranquilidad al informar de un concurso de acreedores”, comentó Sansó. Con todo, el empresario confesó que “a doce años, el éxito de un portofolio no depende de las cientos de decisiones que tomas, sino del azar”.

Xavier Sansó puso varios ejemplos de éxito de startups cuya financiación ha gestionado como Typeform, Aelix o Ontruck, así como los atractivos que presentaron y en los que se fijaron los inversores.

Casos de éxito

En el caso de Typerform, empresa de servicio de software especializada en formularios online por suscripción, el responsable de Metrix Partners destacó su filosofía “estilo Silicon Valley” y “la revisión compulsiva del producto”. “Buscan que los clientes lleguen por la recomendación de otros clientes”, señaló Sansó, que apuntó que “lo que ve el inversor con esto es un crecimiento brutal y a coste cero. Aquí no se gasta demasiado en adquisición de clientes. No hay costes de marketing que no se recuperan: aquí se captan clientes muy barato y, por su forma de trabajar perfeccionista, no los pierden”.

Otro caso de éxito que expuso fue el de la empresa farmacológica Aelix, que trabaja con vacunas terapéuticas para el VIH. Según relató, las dificultades de inversión en el sector biotecnológico son enormes, puesto que “el 80 por ciento de los medicamentos desarrollados fallan” y “hay que tener muy claro el tema de las patentes”. El éxito de las startups de este sector depende de la propuesta del produc-

“ La mitad de veces, el inversor recupera menos de lo que pone; un 35 por ciento, lo mismo; un 15 por ciento de las veces, gana; y sólo un 5, triplica. Saben que no van a tener una rentabilidad normal»

XAVIER SANSÓ SOCIO DE METRIX PARTNERS

to: “El inversor quiere poner dinero si ve que hay posibilidad de hacer algo grande o diferente”, apuntó. Y ahí es donde Aelix ha seducido a inversores para su desarrollo.

Por otra parte, describió la startup Ontruck, diametralmente opuesta al concepto de startup. Y es que, según describió, aunque se trate de una empresa con raíz tecnológica basada en una aplicación que conecta empresas con transportistas. “Mientras Typeform tiene 160 empleados trabajando en un modelo estilo Silicon Valley, Ontruck está integrado por unos 30 empleados y sus oficinas son modelo fábrica”, contrapuso Xavier Sansó.

¿Cuáles son los factores que han hecho funcionar a esta última entonces? Según Sansó, por un lado, el mercado que tiene: “El transporte físico mueve hoy un 10 por ciento del producto interior bruto (PIB) de Europa. Y las empresas buscan ahorrar tiempo en encontrar clientes y evitar a toda costa ir con camiones vacíos, es su miedo. Ahí es donde entra Ontruck”. Ahora bien, no sólo eso atrae a inversores. Otro atractivo, según Sansó, fue su propio fundador: Iñigo Juantegui fundó esta startup después de vender la aplicación de comida a domicilio La Nevera Roja a Rocket

“ [Sobre qué debe hacer una startup para conseguir financiación] Enseña números. Números que refuerzan la posibilidad de rentabilidad de la empresa y den confianza al inversor»

“ Es cierto que hay proyectos de startups claramente ligados a pelotazos y a la especulación. Fondos que venden dos bolis de dos millones por un boli de un millón»

Internet por 80 millones. “Con eso consigues que los inversores se fijen en tí”, apuntó el empresario mallorquín. De hecho, Ontruck cerró en su primera ronda de financiación 9,2 millones de euros de varios inversores.

Otro caso que expuso Sansó fue el de UppTalk, una aplicación de mensajería móvi que aunque acabó comprada por el operador MásMóvil por una cantidad muy baja, consiguió en una ronda más de siete millones de euros para competir con empresas gigantes como WhatsApp.

‘Startups’ en Balears

En la ronda de preguntas, una de las primeras cuestiones que se le planteó a Sansó fue qué debe hacer una startup para conseguir acceso a los inversores. “Me dedico a finanzas así que hablaré de la parte que conozco: enseña números, números que refuerzan la posibilidad de rentabilidad de la empresa y den confianza al inversor”, respondió el empresario.

Otro de los temas que abordó Sansó con los asistentes fue la situación de las startups en Balears: “No me atrevería a hablar en profundidad, pero hay casos de éxito como Sanifit, que es de las principales star-

tups españolas en el campo de la biotecnología”, se ciñó a valorar el socio de Metrix Partners. Por lo que sí apostó fue por que “con lo competitivos que somos en turismo, me centraría en ello”. “Muchos inversores prefieren hacer sólo una cosa bien para poderla replicar en otros sitios”.

El emprendedor y CEO de la startup mallorquina Plaiout, Marco Gritti, asistente al BusinessDMallorca, intercambió con Sansó la sensación de que en la isla “para la población que tiene, hay muchos emprendedores individuales, pero pocos grupos sincronizados”.

Sansó también fue preguntado por los asistentes por la actividad de los fondos buitre en el sector de las startups. Con todo, el empresario mallorquín confesó que “hay proyectos de startup claramente ligados a pelotazos y a la especulación”.

Sólo en el final de la conferencia, respondió a la gran pregunta: ¿en qué coinciden las startups que consiguen financiación de inversores? “En general, encuentras un gran equipo, un producto disruptivo y oportunidad de mercado”, enumeró Xavier Sansó. “Sé que parece una respuesta muy académica, pero no tengo otra”, zanjó su conferencia.

DOME
Technology for smart tourism

Tecnología al servicio del desarrollo turístico inteligente

- BIGDATA Consulting**
Consultoría de sistemas de información
- DOMEIncoming**
Gestión integral de servicios de receptivo
- MAGNOLIA Consulting**
Consultoría en soluciones basadas en Magnolia CMS

Parc Bit | Edificio U | Local 14 | Carretera de Valldemossa Km 7,4 | Palma de Mallorca
902 889 288 | www.dome-consulting.com

magnolia
CERTIFIED PARTNER



Domènec Biosca

Presidente de Educatur y de la Asoc. española de Expertos en Turismo
dbiosca@educatur.com

¿Por qué algunos directivos triunfan?

Porque han entendido que deben transitar del mandar personas dictando a liderar equipos con eficiencia, armonía y coordinación. Para que este tránsito se produzca, es imprescindible que se formen en los doce talentos que les aportarán la inteligencia, convirtiéndose en la verdadera revolución del pensamiento vertical del “por qué”, que justa y busca culpables, al circular del “para qué” + “para quien”.

Los profesionales que se sienten seguros ante el vacío, las críticas no les crean tensiones, les gratifica imaginar alternativas, escogerlas, creen en rectificar como un acto de sabiduría, creen, en lo más profundo de su alma, que escuchar es enriquecerse, prefieren el éxito del equipo al suyo propio porque su mente rebosa posibles alternativas, sosegadas por el rigor de los números y tendencias, disfrutan y hacen que a su alrededor todos también se ilusionen, servirán para liderar si potencian estos doce talentos:

► **1. El talento de hacerse entender.** De crear un clima de adhesión racional y reflexivo, de atención pero no de tensión consiguiendo que su equipo tenga claro lo que se espera de ellos, que no haya dudas. Para ello de prepararse en las técnicas de comunicación y conducción de reuniones.

► **2. El talento de innovar.** Buscando la mejora haciendo cosas nuevas que nos hagan progresar en los detalles diferenciándonos de la competencia. Entendiendo el innovar como la búsqueda constante, a tiempo real, organizada y racional, del mejor uso de los recursos, tanto humanos como económicos, para conseguir que el cliente repita y estemos cada vez en mejores condiciones de alcanzar este reto consiguiendo diferenciarnos, ser únicos.

► **3. El talento de tolerar el error.** Si se rectifica, recupera o compensa y aprende. Cuando no se practica la tolerancia al error, cuando los empleados no perciben en el ambiente esta tolerancia, la tendencia es esconderlos, culpando de chivato a quien lo denuncia y en consecuencia será el cliente quien pague los errores. Si lo quiere evitar no se dedique a buscar culpables cual cazador furtivo. Si lo hace, le nacerán como hongos los transportistas de excusas, problemas y culpables, siendo incapaces de crear el clima de búsqueda de la mejora. Sea tolerante con los que habitualmente tienen éxito, ayúdeles a rectificar, a reflexionar sobre el error y a aprender, sin olvidarse de fomentar el lema: “Excusas y culpables no”, “Soluciones sí”.

► **4. El talento de escuchar atentamente.** Es la única forma de saber lo que piensa la competencia, los proveedores, los clientes, los profesionales del equipo y los accionistas. Puede optar por oír pero no escuchar, queriendo tener razón sin averiguar si esta razón también coincide en todo o en parte con la razón del otro interlocutor, o puede optar por oír y escuchar, entendiendo por ello la reflexión de lo que su interlocutor le está diciendo para poder coincidir o no, pero siempre entendiendo y conociendo sus razones para llegar a un posible acuerdo.

► **5. El talento de entrenar.** He preferido utilizar la palabra entrenar por lo que tiene de enseñar lo teórico y lo práctico. Sólo aquel líder que escoja el camino de enseñar, predicando con el ejemplo con armonía y humildad, acompañando y adiestrando de forma breve, no con sesiones maratónicas y aburridas, los conocimientos que puedan ser aplicados de forma inmediata y/o progresiva, con continuidad, conseguirá componer un equipo coordinado, eficiente con armonía. Con objetivos comunes, y con un estilo compatible de dirigirse los unos a otros. Un equipo no se consigue por casualidad ni se encuentra en una esquina. Hace falta crearlo, es decir, entrenar a sus componentes.

► **6. El talento de no desmotivar.** He preferido

utilizar esta expresión en lugar de la de motivar e ilusionar, porque he llegado a la conclusión de que motivar es tan complejo que su aplicación cae en el mundo de los imposibles. En cambio, concretar lo que no hay que hacer para no desmotivar es posible, si se hace de forma práctica y amena... Pero me resisto a no invitarle a reflexionar sobre las dos palancas de ilusionar: la de los hobbies y la de las habilidades y de las emociones positivas / sufrimientos para acompañar descubriendo de cada profesional sus puntos fuertes y débiles.

► **7. El talento de prever planes de emergencia.**

Para aquellos puntos críticos que no pueden fallar, porque las consecuencias son graves. Hay que saber escoger y preparar los planes que se pondrán en marcha cuando la alarma lo indique, sin improvisaciones que le llevarán al desorden.

► **8. El talento de la continuidad.** En los esfuerzos positivos, en los detalles de calidad, en la formación, en las normas, en los éxitos, en el «pressing», porqué la enfermedad del empezar y abandonar le llevará al descrédito y al fracaso. Evite que su estilo de conducta baile al son del cha-cha-chá, un paso hacia delante y dos hacia atrás. Reflexione antes y durante. Rectifique pero no abandone sólo por falta de tiempo, ganas o debilidad.

► **9. El talento de cumplir los plazos.** Hay que cumplir los plazos comprometidos o en cualquier caso avisar con tiempo suficiente para rectificar, o buscar apoyos. No espere que le descubran fuera de plazo. Aunque tenga sus razones, el cliente no pagará por las excusas o los culpables y menos por sus problemas. El compromiso de un plazo comporta una responsabilidad que debe estar por encima de cualquier comodidad. ¡Es su marca! Si no lo consigue obtienen precio de subasta.

► **10. El talento de controlar para rectificar.** Son muchos los directivos que, o no controlan a tiempo real con lo que consiguen ser sorprendidos por los errores y a veces con la crisis, que se produce cuando se llega tarde a los cambios, o controlan para cazar a los culpables, haciendo caer todo el peso de los galones de mando sobre el colaborador. Quitando al culpable los galones en plaza pública mediante la bronca correspondiente. Si el objetivo perseguido era desprestigiarle y que se cobije en su zona de confort, quizá era éste el método adecuado; pero así sólo conseguirá crear miedo y descontentos. Controlar significa pactar concretando la información que desea recibir, cuándo la quiere recibir, cómo quiere que se la presenten e incluso, el tipo de análisis que desea que se efectúe, con un único objetivo, poder rectificar a tiempo real si fuese preciso. Cuando un «controller» detecta un error, debe avisar primero al interesado, para evitar que éste sea citado por su inmediato superior y acuda a la cita sin conocimiento del control. Si lo practica, acabará creando un clima de desasosiego y desconfianza hacia el control, que incitará a los controlados a esconder los errores. Lógicamente, cuando el controlado no rectifica, deberá tomar las medidas oportunas.

► **11. El talento de “hacer hacer” asegurando el éxito.** Entendiendo que «delegar» sería justamente el título de este apartado, pero he preferido el de «hacer hacer» antes que el de «delegar» por lo que esta frase comporta en cuanto a lograr la motivación de los colaboradores y liderar el conjunto hacia el éxito de un proyecto.

► **12. El talento de pedir y dar colaboración.** Cuando quien nos lidera no practica el talento de tolerar el error (punto tercero), cada departamento se cierra en sí mismo para obtener su éxito, aunque sea a costa de crear problemas al vecino. Todos están a la defensiva, nadie piensa en el cliente, sólo se sirve al jefe, nadie busca satisfacer las necesidades del cliente. Hace falta crear la mentalidad y la práctica de que todos tenemos clientes y proveedores tanto externos como internos, antes llamados departamentos. Cuando esto ocurre, surge la calidad total, es decir, el pedir y dar satisfacción a las necesidades de los clientes y empleados. 🌟

Diario de negocios

La interesante conferencia dada por Xavier Sansó, socio fundador de Metrix Partners en la 13ª edición del foro BusinessDMallorca no solo despertó la curiosidad de diferentes empresarios de la isla, sino que proporcionó algunas claves sobre la inversión en empresas emergentes

Startups y financiación

Algo más que buscar dinero

David Arráez
PALMA

La décimotercera edición del foro BusinessDMallorca fue diferente –en todos los sentidos– a las realizadas anteriormente. Desde sus inicios, el ciclo de conferencias organizado por este rotativo ha traído a la isla a algunos de los más importantes directivos de grandes empresas tecnológicas. **Google, TripAdvisor, Panda Software o NetApp** han sido algunas de las empresas representadas en el escenario del Club Diario de Mallorca. Empresas que, antes de convertirse en gigantes fueron semillas que necesitaron de una financiación para llegar a crecer como lo hicieron. Y por ello era el momento de ver el otro lado, el de los inversores.

Xavier Sansó, socio fundador de **Metrix Partners**, desgranó para todos los asistentes a esta edición del foro BusinessDMallorca el funcionamiento del complejo mundo de los fondos de capital riesgo, las empresas emergentes y las inversiones en *startups*. De entre todos los asistentes, el joven emprendedor argentino afincado en Mallorca **Marcos Gritti**, fue uno de los más interesados en la conferencia. Gritti, socio y director de desarrollo de la *startup* mallorquina **Plaiout**, comentó cómo en Mallorca, pese a la gran cantidad de jóvenes empresas emergentes tec-

nológicas que hay, falta una cohesión que las lleve a estar mejor comunicadas entre ellas. Fue el propio Gritti quien realizó una de las observaciones más interesantes de la tarde, al afirmar que era uno de los pocos de toda la sala “menores de 45 años”, resaltando con ese comentario la particular idiosincrasia de los jóvenes emprendedores mallorquines.

Carlos Botán, gerente de **Prosegur** en Balears, comentó en la zona de networking que le había parecido “muy interesante conocer conceptos como ‘rondas’, etc”. “Está claro que en una *startup* todo gira en torno a la financiación, y ese es el talón de Aquiles de todo emprendedor” comentó el directivo de la conocida empresa de seguridad y servicios.

Las tecnologías disruptivas, relacionadas en muchos casos con el turismo, la náutica y la biología, fueron motivo de conversación entre Sansó y diferentes invitados, que en la zona de *networking* le preguntaron sobre la fórmula mágica para discernir entre las buenas y las malas inversiones. **Toni Munar**, de **Turismo Consulting**, relató en el turno de preguntas la experiencia que tuvo con una empresa emergente que, siguiendo el ejemplo de Caudalie con las uvas, intentó explotar cosméticamente las propiedades de las *figues de moro*. “No fue adelante. No conseguimos que nadie se interesara en el proyecto” afirmó.

Tras el verano, en el mes de septiembre, tendrá lugar la próxima conferencia del ciclo BusinessDMallorca.

Opinión Robert Casajuana

Economista, socio de ethicalSLM

Las ‘startup’ y el Pier01

En la estructura económica de un país cada uno de sus sectores juegan su papel en la contribución a su PIB. Todos tienen su importancia, pero su nivel de madurez o desarrollo varía de manera importante. De los menos maduros algunos de ellos tienen un rol estratégico de importancia porque son futuros generadores de actividad, riqueza y puestos de trabajo. Las *startup* del sector digital y tecnológico serían un buen ejemplo. Para ello los esfuerzos coordinados entre administraciones públicas (sector público), fondos de capital ries-

go en sus diferentes modalidades (sector privado) y las ideas de negocio de las *startup* (materia prima) son de vital importancia para potenciar este sector en España.

He tenido el placer de visitar el Parc Bit de Palma de la mano del CEO y socio de Habitissimo, Jordi Ber, y conocer con detalle las instalaciones del Pier01 Barcelona Tech City, cortesía de Jordi Torrent, socio de Talent Republic y ex del grupo Rakuten. Y es aquí, por la temática que nos ocupa, que me gustaría dar algunas pinceladas de uno de estos dos excelentes centros, ya que son proyec-



Gabriel Uguet Adrover (i), gerente del hospital de Llevant, conversando con Toni Calafell (c), director de publicidad de Diario de Mallorca y Maria Ferrer, directora de este rotativo.



Silvia Velasco, de Sanitas, conversando con Alberto Santolaria, de Trébol, momentos antes de que diera comienzo la conferencia.



Carlos Botán y David Arráez.



Tiberi se encargó del catering.

tos pioneros para potenciar las start up del negocio digital y tecnológico en España. Por conocer mejor el proyecto me centraré en el Piero1.

El Piero1, sede de Barcelona Tech City, es un espacio físico de 12.000 m² donde conviven más de 100 empresas en un sector que ha pasado en cuatro años de emplear 5.000 a 13.500 personas solo en Cataluña. Estas empresas ubicadas físicamente en el Piero1 no son solo *startup* sino que son todo tipo de empresas relacionadas que se necesitan y aprovechan las sinergias generadas al compartir espacio. Encontramos desde micro start up de una persona a otras con más de 120 trabajadores como Letgo o CornerJob, fondos de inversión y aceleradoras de start up como Nucleo o Antai y departamentos de innovación de grandes empresas como Gas Natural o Seat. La media de vida de las empresas de este hub digital es de solo 4 años, teniendo la mitad de ellas solo dos años de antigüedad.

A mi entender, el acierto de ubicar en el mismo espacio físico tanto los emprendedores digitales como los fondos de capital riesgo que pueden financiar sus proyectos es el mayor éxito de este proyecto ya que al convivir día a día y ver la evolución de las *startup* de primera mano, en muchos casos es el he-

El mayor éxito ha sido ubicar en el mismo espacio a emprendedores digitales y los fondos de capital riesgo

cho diferenciador que finalmente hace decidir a los fondos o aceleradoras de apostar por estas *startup*. También es positivo que mensualmente se realicen rondas de presentación de proyectos a fondos externos siendo así el Piero1 un polo de atracción de inversores nacionales e internacionales. El 30% de los empleados de este hub son extranjeros y la mitad de los empleados son de la generación milenial y eso genera esa gran versatilidad en este tipo de start up del negocio tecnológico y digital.

En definitiva, el Piero1 del Barcelona Tech City es un modelo que está funcionando, prueba de ello es que ya se está proyectando el Piero2 y el 03, y cuantos más hubs de este tipo tengamos en más ciudades mucho mejor para que llegue la tan necesitada innovación a la economía española.

Opinión José Antonio González

Socio de Deloitte

Startups tecnológicas: actores y fases

El desarrollo tecnológico ha dado lugar a una nueva realidad cada vez más habitual en nuestros mercados: las *startups* tecnológicas en cuyo ecosistema hay cuatro actores claves. El primero, la propia *startup* tecnológica que suele tener un equipo inicial de tres o cuatro personas que disruptan un modelo de negocio, en base a la tecnología, y buscan crear proyectos viables y sostenibles arriesgando dinero y tiempo. El segundo, los inversores en sentido amplio. Si el proyecto es escalable y consigue buenas métricas con crecimientos relevantes podrá ser invertible por los diferentes inversores, que en función del momento de crecimiento de la *startup* pasarán por ser desde *business angels* individuales, redes de inversores, *crowdfunding* y *crowdlending* -en las fases iniciales-, hasta los *venture capital*, y fondos de *private equity* especializados, tanto españoles como internacionales -en momentos posteriores-. En este sentido, cabe recordar que París, Barcelona y Madrid se encuentran en el top 6 de ciudades europeas de financiación de *ventures capital* y que el volumen de inversión en 2016 alcanzó los 600 millones de euros, triplicando la cifra de 2015, que alcanzó los 200 millones de euros.

En tercer lugar, destacar como actor la financiación europea por sus programas de apoyo al I+D+i, competitividad y pymes, así como la financiación pública, que otorgan CDTI, Emprendetur, Enisa, Ico, entre otros, y que son una fuente de financiación que complementa las primeras rondas de financiación. Y, por último, el ecosistema: aquellos otros agentes que conforman y aportan a esta industria, como las aceleradoras, incubadoras, iniciativas como Google Campus o BCN Tech City, así como todos los eventos y encuentros de emprendedores o de la industria.

El inversor muchas veces cree invertir en un proyecto, pero no debe olvidar que, sobre todo, invierte en talento

► **En cuanto a las fases que siguen** las *startups* destacar tres. La primera, lógicamente, la configuración del equipo fundador. El inversor muchas veces cree invertir en un proyecto, pero no debe olvidar que, sobre todo, invierte en talento, dado que la idea inicial podrá pivotar y, además, los factores que llevarán al éxito de la *startup* son imprevisibles. La segunda fase sería la ronda de financiación para acompañar a un proyecto escalable en su desarrollo e internacionalización. Si las métricas y ejecución -facturación- se producen con crecimientos exponenciales, será el momento de buscar financiación por parte de los fundadores que, a cambio de ceder porcentaje accionarial, conseguirán gasolina para crecer en menos tiempo y más rápido. Es aconsejable iniciar la ronda cuando todavía haya caja para 12 meses del proyecto, dado que hay que realizarla cuando no se necesita y tener claro el destino y objetivos de esos fondos. Asimismo, es recomendable que los fundadores no pierdan el control de la *startup*, para asegurar su máxima involucración, y que cuenten con un buen plan y buenos asesores legales y financieros para tener los mejores pactos dentro de los estándares que aplican los *venture capital*. Muchas *startups* están permanentemente en *fundraising* convirtiéndose este en un fin en sí mismo, cuando es un medio para el éxito del modelo de negocio.

► **Y, finalmente, hay que hablar** de la salida, momento en el que los socios de una compañía (fundadores e inversores) salen de una empresa por compra de una tercera o por una salida a Bolsa (IPO) con plusvalías (diferencia entre precio recibido en la salida y las inversiones que realizaron) relevantes. Son la guinda que configura el ecosistema y que demuestra la solidez del mismo, dado que recompensa a fundadores e inversores y provoca que se reinvierta en la industria. Por dar un dato, de 2012-2016, el importe de "salidas" de empresas españolas asciende a 1.789 millones de euros, siguiendo una senda exponencial y cada vez más a empresas internacionales.





Xavier Sansó en los jardines de Diario de Mallorca.
M. MIERNIEZUK

Xavier Sansó

Socio fundador de Matrix Partners

Mallorquín y residente en Barcelona, Xavier Sansó ha ayudado a financiarse a algunas de las más importantes empresas emergentes de nuestro país. Su experiencia en el sector de las *startups* y su conocimiento del mercado hacen de él un jugador a tener en cuenta cuando se trata de un encuentro entre fondos de capital riesgo y emprendedores, aunque según él, solo gestiona “inversiones modestas, de 30 millones”

“La idea es menos del 50 por ciento del factor de inversión”

David Arráez
PALMA



LA ENTREVISTA

@UsuarioArraez

■ —¿Cuántas de las empresas emergentes que se crean consiguen financiación?

—Entre que una empresa se crea y pasa a esta fase, más de la mitad mueren. De esta fase, que podríamos llamar *seed* [semilla] a la siguiente fase, que podríamos llamar ‘Serie A’, al menos otro 40% muere.

—¿Serie A son aquellas que consiguen al menos un millón?

—Sí. Dicho rápido y mal se puede resumir en esa frase. En una ‘serie A’ debes mostrar ya un producto lanzado y capacidad de crecer.

—¿Cuál es la mejor forma para una *startup* de encontrar esa financiación?

—La respuesta más fácil es decir que vayan a un fondo de capital riesgo, porque les va a dar más capacidad de crecer de forma exponencial. Pero esto es simplificar las cosas ya que no todas las empresas y no todos los proyectos son susceptibles o tienen como mejor opción ir a capital riesgo. Hay otros que tienen un crecimiento más lento y se pueden auto-

financiar, algunos irán mejor con financiación bancaria... Depende un poco del caso y de las métricas de cada uno.

—¿Se han quedado los bancos fuera de juego con las nuevas formas de financiación o todavía les queda partido por jugar?

—Se han quedado un poco fuera de juego, pero están intentando coger territorio. Hace ya unos años que en Barcelona, el Sabadell lanzó BStartup, una iniciativa de banca especialmente pensada para empresas emergentes. Y justo la semana pasada, que imagino es por lo que me preguntas, se produjo la noticia significativa de que en Caixabank, Carlos Trenchs que había sido el *factotum* de

Caixa Capital Risc durante más de quince años, pasa a liderar precisamente lo que dices, una iniciativa comercial para *startups*.

—¿Está cambiando la banca entonces su modelo de negocio?

—No del todo. Reconocen que se han quedado atrás, y están intentando recuperar el camino perdido.

—¿Qué obtiene a cambio de la financiación una empresa de capital riesgo?

—Normalmente parte de tu empresa. El capital riesgo es un tipo de inversor que acepta un riesgo, como su propio nombre indica,

PASA A LA PÁGINA SIGUIENTE ►

ASÍ DE FÁCIL



PROFESIONALES EN MANTENIMIENTO INTEGRAL

necesito
limpieza

necesito
un carpintero

necesito
un electricista

necesito
un socorrista

necesito
un jardinero

necesito
trébol

Solicítenos presupuesto sin compromiso:
C/ Fertilizants, 1 - 1º despacho 4
07011 Polígono Son Valenti
Palma de Mallorca



TRÉBOL
T. 971 434 326
www.trebolglobal.com

▶ VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

mucho más alto del que puede tener cualquier otro tipo de inversión, y también tiene una rentabilidad mucho más alta. Como estamos hablando de dinámicas de riesgo, lo que es interesante entender es que para ellos su inversión tendrá básicamente dos salidas: o la empresa va a quebrar, y esto lo entienden muy bien, o bien va a tener un rendimiento a partir de diez veces la cantidad que han puesto. Es por ello que estos inversores entienden cuándo un negocio es extremo. Por eso he dicho con anterioridad que no cualquier negocio es susceptible de pasar por un capital riesgo por las propias dinámicas del negocio. Aunque si lo es y las cosas van bien es cuando en unos años multiplican su valor por diez.

—Tengo una idea, quiero llevarla adelante y necesito financiación. ¿Por dónde empiezo?

—Como todo en la vida, hay dos formas de hacer las cosas: bien o mal. Nosotros lo que siempre recomendamos y que hemos visto que estadísticamente tiene mayor éxito es que hay que profesionalizar mucho el tipo de aproximación y de negociación con estas empresas. Lo primero es intentar empezar buscando muy bien el tipo de empresas que van a invertir o van a estar interesadas en el producto que ofreces. Ese es un primer paso importante para que se den cuenta de que les has identificado como alguien relevante y que no estás dando palos de ciego.

Lo segundo que deberías hacer es intentar que ese acercamiento sea a través de alguien relevante de su entorno. Lo peor es intentar enviar un email a un email genérico. Hay que procurar siempre que alguien nos presente, aunque pueda parecer elitista, intentando entrar en su círculo profesional.

En tercer lugar hay que hacer lo que dicen los americanos: "tenemos fe en Dios pero para todo lo demás enseñanos métricas". Hay que presentar una tesis de inversión muy científica. Si estamos hablando de una ronda de más de un millón de euros, o incluso para rondas más pequeñas, es muy reco-

mendable –por no decir esencial– que cualquier historia que expliques esté sustentada con métricas. Y que esas métricas tengan sentido entre sí.

—¿Me está usted hablando de empresas ya con un producto elaborado o que todavía están en fase de creación, la 'semilla' que comentó anteriormente?

—Cualquier empresa en las fases iniciales tiene una fase 'idea', una fase 'semilla' y una fase de crecimiento, que es donde aparecen las rondas de más de un millón de euros. Lo que hay que entender también, y muchas veces se olvida, es que tener una buena idea, de cara a un inversor, es menos de la mitad de su visión de inversión.

—¿En qué se invierte entonces si no es en una buena idea?

—Los inversores lo que quieren ver es el equipo que va a llevar adelante esa idea. Simplemente porque ellos saben que estadísticamente cualquier idea va a ser inválida o va a ser diferente y que lo que hoy parece una gran idea seguramente habrá que cambiarla. Lo que los inversores quieren ver es que el equipo tiene la capacidad para cambiarla, la capacidad para adaptarse. Insisto, la idea es menos del 50% del factor de éxito, al menos del factor de inversión. Es una condición necesaria, pero no suficiente.

—¿Y entonces qué es el otro 50% de ese factor de inversión?

—En una fase muy inicial es el equipo. Ten en cuenta que en la fase idea el inversor invierte sin ver nada a cambio, como mucho una maqueta, por lo que verá la mitad de una idea, dicho rápido y mal, y la otra mitad será el equipo que va a ejecutar esa idea.

—De acuerdo. Ya he conseguido financiación para mi proyecto. Creo mi producto y lo lanzo. ¿Ahora qué?

—Cuando pasas a la siguiente fase, cuando ya hay un producto lanzado, los inversores lo que quieren ver es que el producto ha tenido una cierta acogida en el mercado, que haya cristalizado. Se trata de que haya un acoplamiento entre el producto y el mercado. Esta sería la fase B.



"El emprendedor tiene que tener claro que debe montar una tesis de inversión clara".
M. MIELNIEZUK

La tercera es demostrar que ese producto puede alcanzar mercados mayores, que podemos escalar sin tener que invertir muchos más fondos. Se trata de demostrar que podemos crecer y llegar a más mercados con el mismo producto. Ellos lo que no quieren es que para un millón de ventas haya que invertir medio millón, y que para el segundo millón de ventas haya que invertir otro medio millón. Los inversores quieren que cada vez sea más rentable y que el segundo medio millón te haga llegar a diez millones de ventas y que el tercer medio millón te lleve a cien millones de ventas. Esto por exagerar un poco. Eso es lo que se llama escalar.

—¿Está vendiendo su alma al diablo un emprendedor que consigue financiación de una empresa de capital riesgo?

—Lo que el emprendedor tiene que tener claro es que tiene que montar una tesis de inversión clara. Y tiene que ponerse en el lado del inversor. A nivel de valoraciones no cuesta nada ver cómo se han valorado empresas parecidas o ver qué tipos de términos se han negociado. Lo fundamental que debe tener claro el emprendedor es que cuando el inversor de capital riesgo te mira a la cara está viendo que va a multiplicar por diez su inversión, por lo que antes de invertir en algo que no ven claro, no invertirán. No es como la banca comercial. Aquí es mucho más selectivo.

—¿Estamos viviendo una burbuja de startups?

—Creo que no. Actualmente hay mucha liquidez en el mercado, hay mucho dinero buscando proyectos y esto es porque los tipos de interés están muy bajos o negativos. Esta liquidez está encontrando proyectos buenos y malos. Quizás lo que hay es un exceso de liquidez. Dicho esto sí que creo que en España en este sector hay que tender a racionalizarse y concentrarse. Solo en Barcelona hay tantas incubadoras de startups como en toda Alemania, cuando el dinero que se invierte allí es cuatro veces más que el que se invierte en toda España. Una de dos: o hay muy poco dinero o son demasiadas startups.

El futur serà millor si obrim la nostra energia.

Cada dia sentim la necessitat d'obrir-nos i relacionar-nos amb els altres. Això és el que ens permet avançar. Per això hem canviat la nostra forma de fer les coses, basant-nos en la innovació i l'intercanvi, les idees i el progrés. Benvinguts a una era en la qual, **si tots obrim la nostra energia, podem crear un futur millor.**

Las imágenes

Los corrillos que se formaron en la zona de 'networking' de la decimotercera edición del foro BusinessDMallorca fueron variados y muy activos. Desde diferentes directivos de grandes empresas de las islas hasta emprendedores de todas las edades –incluso mayores de 45 años–, muchos fueron los que



De izquierda a derecha: Joan Buades, de Bufete Buades; Alberto Santolaria, de Trébol; María Ferrer, directora de Diario de Mallorca; Xavier Sansó, socio fundador de Matrix Partners; Gabriel Buades, de Bufete Buades y Sebastián Oliver, gerente de Diario de Mallorca.



De izquierda a derecha: Toni Munar; Xavier Sansó; Martí Ribas, director comercial de Endesa en Balears y Sebastián Oliver.



Guillem Nicolau, director comercial de Diario de Mallorca y Xavier Sansó.



Carlos Botán, de Prosegur, y Guillem Nicolau.



Marcos Gritti, socio y director de desarrollo de Plaiout, charlando con Xavier Sansó.



Alberto Santolaria y Estefanía Moll, directora de desarrollo de negocio de Diario de Mallorca.



quisieron escuchar de boca de Xavier Sansó las claves tanto para invertir como para financiarse en el complejo mundo de las empresas emergentes. Al final, fueron varias las pautas que el experto inversor dio y que, a buen seguro, serán sumamente útiles para muchos de los asistentes al evento.

Fotos: Manu Mielniezuk.



Silvia Velasco, de Sanitas; Xavier Sansó y Carlos Botán, gerente de Prosegur en Balears.

¿Te vienes a Sanitas?

Sanitas

PARTE DE *Bupa*

1 AÑO GRATIS
de ventajas digitales
blua



Con las ventajas digitales que te regalamos durante un año, podrás hacer **video consulta con tu médico.**

Y mucho más:

cobertura de farmacia
analítica a domicilio
nutricionista
entrenador personal

OFICINA SANITAS MALLORCA
C/ Barón de Pinopar, 9
07012 Palma
971 122 500

Promoción aplicable a nuevas pólizas de seguro individual o familiares de uno de los siguientes productos: Sanitas Más Salud, Sanitas Más Salud Óptima, Sanitas Más Salud Plus, Sanitas Más 90.000 o Sanitas Premium 500.000. En la nueva póliza deberá figurar al menos un nuevo asegurado, entendiéndose como tal el que no lo haya sido de otra póliza de Sanitas en los 6 meses inmediatamente anteriores a la fecha de efecto de la póliza que es objeto de esta promoción que deberá estar comprendida entre el 1/10/2016 y el 01/01/2017. Todos los asegurados de dichas nuevas pólizas no abonarán la prima de seguro correspondiente al complemento digital blua durante una anualidad a contar desde la fecha de efecto de la póliza. Las condiciones contractuales del complemento digital blua forman parte del condicionado de la póliza contratada y pueden consultarse en Mi Sanitas y para que tenga validez esta promoción deberán de ser aceptadas por el tomador junto a las restantes condiciones contractuales de la póliza. Una vez transcurrida la primera anualidad, el complemento quedará extinguido salvo que el tomador de la póliza solicite su contratación asumiendo en ese caso el pago de la prima que corresponda por dicho complemento. Promoción no aplicable a pólizas colectivas. La prima del seguro principal deberá estar al corriente de pago en todo momento para poder disfrutar de la anualidad de prima gratuita del complemento digital blua.

El gráfico Calificación de deuda en Asia

La agencia Moody's Investors Services rebajó el miércoles la calificación crediticia de China por primera vez en casi 30 años, y dijo que espera que la fortaleza financiera de su economía se erosione en los próximos años a medida que el crecimiento se ralentice y la deuda continúa aumentando.

CALIFICACIÓN DE ALGUNOS PAÍSES ASIÁTICOS

REFERENCIAS: ■ Máxima ■ Intermedia alta
■ Muy elevada ■ Intermedia baja

	S&P		Moody's		Fitch	
Singapur	AAA	Estable	Aaa	Estable	AAA	Estable
Hong Kong	AAA	Negativo	Aa2	Estable	AA+	Estable
Corea del S.	AA	Estable	Aa2	Estable	AA-	Estable
China	AA-	Negativo	A1	Estable	A+	Negativo
Japón	A+	Estable	A1	Estable	A	Estable
Malasia	A-	Estable	A3	Estable	A-	Estable
Tailandia	BBB+	Estable	Baa1	Estable	BBB+	Estable
Filipinas	BBB	Estable	Baa2	Estable	BBB-	Positivo
India	BBB-	Estable	Baa3	Positivo	BBB-	Estable
Indonesia	BBB-	Estable	Baa3	Positivo	BBB-	Positivo



CHINA MOODY'S REBAJA LA CALIFICACIÓN DE LA DEUDA

• La agencia de calificación crediticia Moody's decidió este mes rebajar un peldano la calificación de la deuda a largo plazo de China. Lo hizo, según un comunicado, ante las expectativas de que la fortaleza financiera del país se deteriore en los próximos años debido a la peligrosa combinación de una deuda cada vez más abultada y una tasa de crecimiento a la baja. A pesar del recorte, la nota del país sigue en la categoría de grado de inversión, donde se sitúan los emisores de deuda más solventes.

Las cifras

3.000
megavatios

RENOVABLES Nueva megasubasta

• El presidente del gobierno, Mariano Rajoy, ha anunciado el lanzamiento de una nueva macrosubasta de 3.000 megavatios de energías renovables centrada en la eólica y la fotovoltaica.

40%

SANTANDER
EL BANCO COPA
LA DEUDA PRIVADA

• La entidad ha colocado 1.765 millones de euros

NOTAS DE PRENSA

Para aparecer en esta sección envíe sus notas de prensa a businessdm@diariodemallorca.es



BBVA INTEGRA SUS SERVICIOS FINANCIEROS EN REDES SOCIALES Y DE MENSAJERÍA

Los clientes de BBVA en España ya pueden operar con el banco desde redes sociales y servicios de mensajería instantánea. BBVA ha desarrollado dos nuevas funcionalidades, Chatbot y BBVA Cashup, que permiten, por un lado, acceder a información financiera desde Facebook y Telegram, y por otro, realizar pagos mediante Bizum desde cualquier servicio de mensajería, como WhatsApp.

El uso de estos canales de comunicación es cada vez mayor, especialmente entre los jóvenes. En concreto, casi 20 millones de españoles utilizan las redes sociales, y el 86% de los internautas dedican al menos un rato todos los días a Facebook, WhatsApp, YouTube, Twitter o Instagram, según el último informe de IAB Spain.

BBVA quiere facilitar a sus clientes poder realizar operaciones diarias como consultas o pagos sin salir de estas redes sociales. Esto les permite ahorrar tiempo, al poder realizar estas gestiones financieras desde sus apps o servicios de mensajería favoritos, sin necesidad de abrir o instalar una nueva aplicación.

La apuesta de BBVA por el desarrollo de funcionalidades y servicios para sus clientes le ha valido el reconocimiento de Forrester Research como la mejor banca móvil en Europa. Forrester destaca la intensidad y rapidez de los avances digitales de BBVA en los dos últimos años, además de la amplia variedad de funcionalidades transaccionales y las iniciativas en marketing y ventas disponibles en la app.

Primer chatbot en España con información personalizada del cliente

Con chatbot los clientes pueden por primera vez en España consultar su información financiera desde Telegram o Facebook, como un resumen del saldo disponible de sus cuentas, su número de IBAN o cuánto dinero de sus tarjetas ha consumido. Con esta herramienta pionera BBVA da un paso más en el desarrollo de servicios de inteligencia artificial.

Hasta el momento, este tipo de operaciones sólo podían realizarse desde BBVA Wallet, www.bbva.es o la app de BBVA. Ahora también están incluidas dentro de las propias redes sociales o servicios de mensajería, lo que permite al cliente tener todo integrado. Con chatbot, además, el cliente también puede acceder a servicios habituales como buscar el cajero más cercano, contactar con BBVA a partir de una llamada de teléfono o

entrar en la app de banca móvil de BBVA.

Chatbot está asociado a la página oficial de BBVA (www.bbva.es), por lo que para acceder desde Facebook Messenger, el cliente solo tiene que buscar el enlace @bbva_espana o directamente BBVA España. Para acceder desde Telegram el cliente simplemente debe buscar el contacto @bbva_esp.bot. Facebook Messenger cuenta, además, con la ventaja de que si el cliente lo necesita puede contactar con una operadora para resolver cualquier duda.

BBVA Cashup: enviar dinero y chatear a la vez

Los clientes de BBVA también cuentan con BBVA Cashup, un servicio con el que el banco no solo ha dado un gran paso para integrar sus operaciones en redes sociales, también para facilitar el pago a través del móvil.

Este nuevo servicio permite enviar dinero al momento a cualquiera contacto, de forma segura y sin tener que salir del chat, ya sea Whatsapp, Telegram, Hangouts, Messenger, etc. Basta con activar el teclado BBVA Cashup, elegir el destinatario, añadir el importe y proceder al envío. Al tratarse de un envío inmediato de dinero, el receptor recibirá un mensaje en la propia aplicación de mensajería. No obstante, es necesario que el destinatario esté registrado en el servicio de pagos Bizum.



MUTUA BALEAR Y ASHOME FIRMAN UN ACUERDO DE COLABORACIÓN

Mutua Balear y la Asociación Hotelera Menorquina (ASHOME), firman un acuerdo de colaboración, por el que ambas entidades se comprometen a la divulgación en materia de salud laboral e información de buenas prácticas en el sector de hostelería para la prevención de riesgos laborales.

Este acuerdo es fruto del compromiso que ambas entidades mantienen por la lucha contra la siniestralidad laboral, las buenas prácticas y la promoción de la seguridad y salud de todos los trabajadores de unos de los sectores más importantes de las islas.

La rúbrica ha corrido a cargo de Andrés Vecina Castillo, subdirector general de Desarrollo de Mutua Balear y Luis Casals Villalonga, Presidente de la ASHOME, con el propósito de fomentar la cultura preventiva dentro del sector de Hostelería e incidir en las buenas prácticas.

Desde 1978 ASHOME, la Asociación Hotelera de Menorca, ha tenido como visión ser la asociación turística de

referencia en Menorca, velando siempre por los intereses de todos sus asociados y creando sinergias para hacer de Menorca un destino turístico de calidad, competitivo y sostenible.

ASHOME representa a cada uno de sus asociados, sin diferencias de tipología o tamaño para ser más competitivos, conseguir sus objetivos y ser su altavoz ante las administraciones, entidades y la sociedad.

Mutua Balear, Mutua colaboradora con la Seguridad Social nº 183, inició su historia en 1922. Desde entonces sus objetivos han sido preservar la salud de sus trabajadores protegidos e implantar una cultura preventiva. Actualmente se ha convertido en una de las instituciones emblemáticas de las Islas y uno de los referentes del sector con una población protegida de más de 250.000 trabajadores y 25.000 empresas.

La filosofía de Mutua Balear es la del compromiso con la calidad y la excelencia. Todo ello basado en un respeto escrupuloso a los derechos de las personas y en la concienciación del compromiso social adoptado.

MEDALLA DE ORO A LA TRAYECTORIA PROFESIONAL A DRAGUT COMUNICACIÓN

El pasado 12 de mayo, Toni Armella y Raquel Vidal re-

presentaron a todo el equipo de Dragut Comunicación en la Gala de Premios Medalla de Oro de la Asociación Española de Profesionales de la Imagen que se celebró en el Hotel Westin Palace de Madrid.

Los premios Medalla de Oro distinguen a una selecta representación de las empresas, profesionales e instituciones más destacadas del panorama nacional en el área de la imagen y la comunicación, otorgándoles como reconocimiento por su esfuerzo La Medalla de Oro de la Asociación Española de Profesionales de La Imagen.

Dragut Comunicación tuvo el honor de recibir el galardón por su trayectoria profesional en el sector de la comunicación.

La gala, conducida por el presentador Agustín Bravo, comunicador y presentador de Radio y TV, reunió a profesionales destacados del sector de la imagen y la comunicación. Los asistentes pudieron disfrutar de un entorno único y de una cena de gala que sirvió también como encuentro de networking entre los representantes de las entidades galardonadas.

Desde aquí, aprovechamos para felicitar de nuevo a todos los profesionales galardonados y mostrar nuestro agradecimiento tanto por el premio como por el exquisito trato recibido.



REUTERS/SUSANA VERA

Financiar una 'startup'



Juan Carlos Lluch

Presidente de la Asociación Balear de Corredores de Seguros

Al montar mi empresa, hace un cuarto de siglo, tuve que financiarla con mis ahorros o tirando de algún préstamo, siempre pequeño porque uno no merecía más crédito de su banco.

Pero en algún momento todo hizo "click". A un tipo de Silicon Valley se le ocurrió que la gente podía tener un teléfono que ya no era un teléfono sino todo lo que uno pudiera imaginar (y más) y, entre otras cosas, implicaba poner una tienda en el bolsillo de cada persona y, además, sin límite geográfico alguno.

Tanto cliente potencial requería un ejército de emprendedores dispuestos a vender. Un enorme mercado global abierto a quien tuviera buenas ideas de negocio.

Y nacieron las startup.

Estas son empresas que nacen con la idea de un rápido crecimiento gracias a la oferta de un servicio digital que ofrece la posibilidad de acceder de forma remota a productos, servicios, información o cualquier contenido que se nos ocurra generando con ello un negocio.

La idea de rápido crecimiento exige fuentes de financiación dinámica. La startup nace para ser escalable y ello implica que en un inicio se ponga en marcha una versión mínima viable con la que generar los primeros mi-

les de descargas y usuarios satisfechos. Esta fase acostumbra a financiarse con recursos propios, business angels, financiación bancaria o vías de subvención o ayudas mediante fondos públicos, nacionales o europeos (Horizonte2020, Neotec, Emplea, Enisa, entre otros).

El siguiente paso consiste en preparar " rondas" de financiación pues las startup no recurren a la banca y ese es un elemento diferencial con el resto de empresas. Se prepara un business plan, un plan de comunicación ambicioso, un programa de Due Diligence y suele dotarse a la sociedad de un seguro de directivos y administradores para dar confianza a sus inversores.

A partir de este punto la startup tratará por todos los medios de "levantar pasta" entre inversores privados, fondos de capital riesgo y otras fuentes de capital. Normalmente se trata de inversores especulativos que tienen apetito por sectores que consideran críticos y con posibilidades de expansión en un plazo medio. El riesgo es alto, pocas superan unos pocos años de vida, pero de hacerlo el inversor asistirá a la compra de su inversión multiplicada con creces.

¿Te interesa crear una startup?

Te recomiendo estudiar "Generación de Modelos de Negocio" de Osterwalder & Pigneur. La idea es solo una parte.



EL BANCO EN TU NEGOCIO

Descubre la solución de efectivo que más se adapta a tus necesidades

¿Te interesaría asegurar la recaudación de tu negocio, no tener que preocuparte de hacer ingresos en el banco o garantizar el cuadro de caja y la trazabilidad de tus ingresos?

Desde **99€/mes**



 twitter.com/prosegur

 linkedin.com/company/prosegur





Hace tiempo que **Mariano Rajoy** tenía organizado un viaje a Brasil y Uruguay, con la intención de vender sus “logros económicos” y promocionar la inversión en España. “Somos los mejores”: el país que más crece, el que crea más empleo, aquel en el que la exportación aumenta más...

Con la que le está lloviendo, esta agenda internacional del presidente le vino como anillo al dedo para intentar escapar del aguacero de la corrupción. Pero no nos engañemos, todo lo que ha venido sabiéndose durante las últimas semanas, empaña su discurso triunfalista. La corrupción importa, y mucho, porque es un factor clave que mina las condiciones institucionales para que el crecimiento económico pueda ser mayor. Además, los inversores internacionales, exigen estabilidad y hoy no está en condiciones de garantizarla.

Más allá del cáncer de la corrupción, Rajoy se queda -¿voluntaria o involuntariamente?- en la superficie de aquellos datos macroeconómicos que le son favorables, pero se olvida de la realidad cotidiana que viven muchísimos españoles. ¿De qué les sirve a los amenazados por el riesgo de exclusión que la economía española

¿Tan bien está la economía española?



APRENDIENDO DE NUESTROS ERRORES

Juan Antonio Gisbert

Economista

centaje de la renta total que representa la relativa a los trabajadores, ha disminuido. De estas cosas no habla, aunque, es muy probable que su reforma del mercado laboral tenga algo que ver; ¿acaso considera que la distribución de la renta tiene poca importancia?

Tampoco se refiere a todas las circunstancias internacionales que han beneficiado a la economía española en los últimos cinco años, sin que su acción de gobierno haya influido. El giro radical de la política monetaria del BCE; un cierto nivel de relajación en las exigencias de Bruselas

da se encarecerá notablemente, lo que agravará nuestro déficit público.

Por otra parte, un estancamiento de la competitividad de nuestra economía -que ha mejorado sólo como consecuencia del abaratamiento de los costes laborales, derivados de la devaluación interna- podría revertir el signo de nuestra balanza por cuenta corriente, regresando a los déficits, y empeorando nuestro endeudamiento exterior.

Las exportaciones españolas son de una calidad relativamente baja, dependiendo, en gran medida, de los precios y,

la productividad y la calidad de sus productos y servicios? Mañana será tarde, porque hace ya mucho que tendríamos que haber orientado nuestra economía a establecer un modelo que pueda garantizar nuestra competitividad exterior, y para ello tendríamos que ser capaces de mejorar notablemente la productividad.

Como es bien sabido, la productividad depende, principalmente, de la cantidad de capital que se utiliza -incluido, claro, el capital humano- de las tecnologías que se emplean y de la velocidad de la innovación. Y nuestro país no está haciendo demasiado en esa dirección. La inversión es relativamente baja, tanto la pública en infraestructuras, como la empresarial en nuevas tecnologías, así como el gasto relativo a educación, investigación y desarrollo, que ha ido reduciéndose desde el inicio de la crisis económica.

Pero es que, además, la productividad también afecta, y de qué manera, a la desigualdad. La causa principal de las diferencias de renta per cápita entre los países reside en las diferencias en los niveles de productividad: una productividad mucho menor provoca una brecha en los niveles de renta. Una productividad elevada determina salarios altos; los trabajos poco cualificados son los propios de una eco-

Bloomberg

Una empleada cuenta un fajo de billetes de 10 euros.



está creciendo por encima de la media europea? No de mucho. Según los datos de la última Encuesta sobre las Condiciones de Vida que elabora el INE, recientemente publicados, aunque la pobreza extrema esté bajando, ello no está dando lugar a que se corrijan las desigualdades.

Según dicha encuesta, en 2015 -su año de referencia- la pobreza severa afectaba a 2,6 millones de personas, que representan el 5,8 por ciento de la población, porcentaje que mejora el 6,4 por ciento de un año antes. No obstante, la tasa de riesgo de pobreza empeoró, situándose en el 22,3 por ciento, dos décimas por encima del dato de 2014, en una clara señal de que no se corrige el alto nivel de desigualdad que registra España, entre los más altos de la UE y de la OCDE.

Algo tendrá que ver que, desde que preside el gobierno el señor Rajoy, el por-

en relación con los sistemáticos incumplimientos de los objetivos de déficit público -no hemos satisfecho nuestros compromisos ni un solo año- o la evolución del precio internacional de las materias primas, particularmente del crudo, nos ha favorecido significativamente.

También omite hacer mención a la permanencia de graves desequilibrios macroeconómicos, como el nivel de endeudamiento público (en el entorno del 100 por ciento del PIB y que ha venido creciendo ininterrumpidamente durante su mandato), o como el endeudamiento exterior que, a pesar de haberse reducido algo, continúa en un nivel tan elevado, que cabe calificarlo de peligroso (próximo al 90 por ciento del PIB). La política monetaria del BCE tenderá a normalizarse en un plazo de tiempo no muy lejano, y cuando eso suceda, el coste del servicio de la deu-

en consecuencia, de la competencia de los países emergentes. Por ello, la mejora de la competitividad de nuestras exportaciones, de la que tanto presume el presidente del gobierno, se debe esencialmente a la moderación salarial, más que, como sería deseable, a un aumento de la productividad. La economía española continúa teniendo un problema de productividad, para cuya resolución no estamos poniendo los medios necesarios.

La EPA del primer trimestre, hecha pública la pasada semana -más allá del aumento del nivel de paro y de la destrucción de empleo- muestra con claridad el alto nivel de precarización de nuestro mercado laboral. ¿Es eso lo que queremos? ¿Una economía que se base, esencialmente, en servicios poco productivos, con costes unitarios laborales muy bajos? O, ¿apostar de verdad por una que mejore

nomía con baja productividad, como la que registra la economía española, lo que da lugar a un modelo de competencia en costes.

Lo que condiciona los salarios a largo plazo es el nivel medio de la productividad del trabajo. La única forma de que dar un empujón hacia arriba a la renta de un país -sostenible, estable y permanente- es hacer que éste sea más productivo.

Por tanto, podemos hacer como el presidente del gobierno, quedarnos en la superficie y mostrar triunfalismo por la marcha de algunos buenos indicadores de nuestra economía, o podemos ocuparnos, de una vez por todas, en sentar las bases para que una de las características de nuestra economía sea la innovación e intentar cambiar nuestro modelo productivo, porque eso es una tarea que requiere mucho esfuerzo a medio y largo plazo.



TIBERI

CATERING

CATERING PARA EMPRESAS

CÓCTELES, COFFE BREAK

COMIDAS EN FINCA PRIVADA PARA EVENTOS CORPORATIVOS

Gran Vía Asima, 34 - Pol. Son Castelló · Tel. 971 733 062 · tiberi@tiberi.es

TIENDA ONLINE: www.tiberi.es

