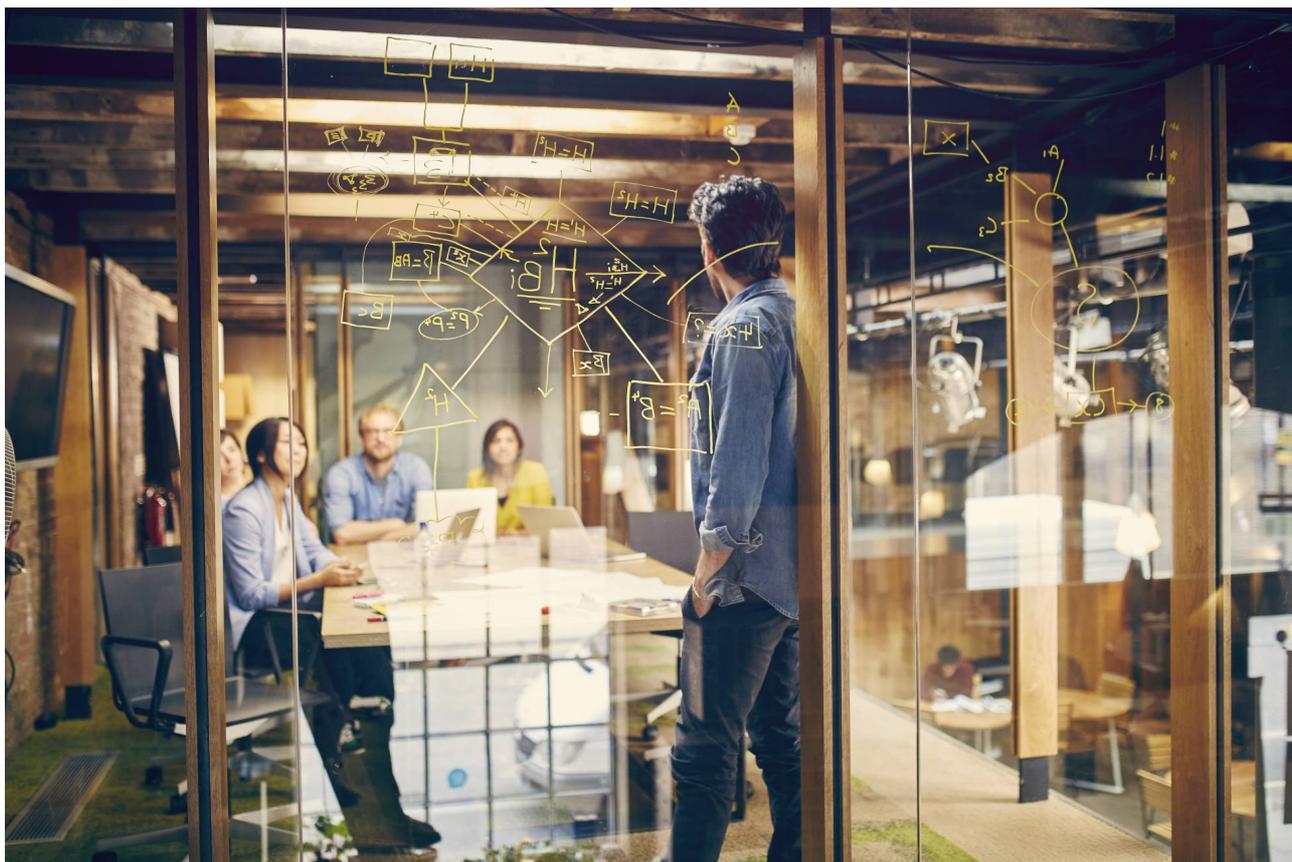




DIEZ 'START-UPS' ESPAÑOLAS QUE TRIUNFAN (Y MUCHO)

Una decena de firmas con sello español transforman ideas brillantes en negocios millonarios



En España se han creado unas 2.700 empresas en el entorno digital. KELVIN MURRAY (GETTY IMAGES)

MIGUEL ÁNGEL GARCÍA VEGA

25 JUL 2017 - 00:00 CEST

Diez empresas. Diez historias de vidas cruzadas. Todas persiguiendo algo tan esquivo como el éxito. La mayoría lo han fiado a esa amante ingrata que es la tecnología. Tan pronto da como quita. Sin embargo, son un ejemplo de resistencia. De relaciones personales trenzadas en los tiempos de la universidad o en anteriores empresas, de gustos afines; de sueños y futuros compartidos. La fiebre de las *start-ups* ha barrido España. Solo el espectro digital censa 2.663. El año pasado, 390 empresas de todo tipo captaban financiación de fondos de capital riesgo. Un récord histórico. Y unos 92 millones fueron a las fases iniciales de su despegue. Idéntica intensidad se ha sentido en otros países.

La fiebre emprendedora ha barrido España, donde se censan 2.663 nuevas empresas nacidas en el entorno digital

Pero aquí fue, además, un respiro durante los años en los que el paro pesaba como el plomo. De esos tiempos duros, y de unos emprendedores jóvenes y talentosos, que comunican con la generación española mejor formada de la historia, procede un ecosistema de firmas innovadoras. Sus nombres se recitan como una salmodia en un púlpito. Idealista, Top Rural, Trovit, Ticketbis, Cabify, Hawkers, Wallapop, BuyVip, Privalia o La Nevera Roja. Son luces en un mar embravecido. Modelos que en poco tiempo supieron conectar con sus clientes. Pero también hay otras 10 empresas, otras 10 vidas cruzadas, que empiezan a andar esos mismos pasos. Unas suenan mucho, otras apenas pronuncian un eco. Pero todas quieren volar cerca del sol sin abrasarse las alas.

Wetaca. Las tarteras que cocinan miles de euros

España es un país en la despensa. Una tierra donde la gastronomía es una iglesia con millones de feligreses. ¿Por qué no reinventar la tartera de siempre? Se pueden elaborar platos de calidad, envasarlos con técnicas de alta cocina y llevarlos a los destinos de quien no tiene tiempo. Efrén Álvarez, 28 años, y Andrés Casal, 27, ambos amigos, *foodies* y licenciados en Administración y Dirección de Empresas, imaginaron esas palabras y las convirtieron en realidad. [Wetaca](#). Efrén pasó por la primera edición de Masterchef (el programa de TVE) y también por el restaurante de Jordi Cruz (dos estrellas Michelin). Empezaron a cocinar en casa y luego en un obrador de 60 metros cuadrados en Madrid, que pronto fue de 650. Hoy trabajan 32 personas, reparten 5.500 comidas a la semana en Barcelona, Madrid y Valencia y venden 120.000 euros mensuales. ¿El ingrediente secreto? “Poner la cocina en el centro del negocio”, zanja Efrén.

Bebitus. Los pañales 'online', los reyes del negocio

“Al principio lo pasé muy mal, las grandes marcas no nos querían vender”. El recuerdo es un gran antídoto contra la euforia. Guillem Sanz, exdirectivo de Caprabo y Privalia, matemático, tenía 33 años cuando en 2011 vivió ese problema. Acababa de crear [Bebitus](#) -una tienda *online* para bebés que replicaba el modelo de la estadounidense Diapers.com- y las enseñanzas consagradas, como Jané, no querían entrar. El tiempo derribó la barrera y en 2015 el grupo alemán Windeln se hizo con la empresa. Guillem cambió los apuros por la vida resuelta. Al vender Bebitus facturaba 15 millones de euros, este año estará en 35 millones. Con una idea clara: “El pañal es el rey”, asevera.

Glovo. Se la juega en el reparto de la 'última milla'

En las estribaciones de la economía colaborativa habitan negocios como **Glovo**. La aplicación de reparto a domicilio es una imagen habitual —a través de sus distribuidores en bicicleta— en Madrid, Barcelona y Valencia. Glovers, los llaman. Hay 2.500. También alcanzan a Francia e Italia. Nacida en 2015 por el tesón de Óscar Pierre, Sacha Michaud, Miguel Vicente y Gerard Olivé, se la juega en la "última milla". Repartir en una franja de 25 minutos, todos los días, todas las horas. "La base es la optimización tecnológica", señala Michaud. "Cuanto más se mejora la experiencia del usuario, más pedidos se hacen. Algo que también supone optimizar las líneas de reparto de los glovers para que atiendan un mayor número de encargos por hora". La alquimia del tiempo transformada en oro.

Indexa Capital. Confía el dinero a los robots

El año pasado, 390 compañías de todo tipo captaron financiación de diversos fondos de capital riesgo, un récord histórico

Las finanzas viajan al siglo XXI a través de un paisaje de robots y algoritmos. En este horizonte, la gestión de las carteras recae en máquinas, el factor humano es mínimo y el cliente se beneficia de comisiones más bajas. Esta es la promesa de **Indexa Capital**, una gestora automatizada que maneja 45 millones de euros de 1.835 clientes. Fundada por Ramón Blanco, Unai Asenjo y François Derbaix, artífice de Top Rural, se dirige a un ahorrador mediano que busca ganar un dinero tranquilo en los mercados. "Nuestro perfil de cliente es el de un hombre de entre 35 y 55 años que invierte unos 25.000 euros", narra Asenjo. Además elige. Entre planes de pensiones y fondos indexados (replican un índice bursátil). Además paga. "Un 80% menos en comisiones que una gestora tradicional", defiende Asenjo. Además..., parece el futuro.

Jobandtalent. La reconversión laboral como destino

Un negocio es una hoja flotando en un río de aguas bravas. Impredicible. **Jobandtalent** lo ha descubierto. Irrumpió en 2009 con fuerza. La plataforma casaba ofertas de trabajo con su potencial demanda. Pronto atrajo las luces. Levantó en menos de tres años más de 67 millones de euros. Incluso sedujo a Atómico (el fondo liderado por Niklas Zennström, cofundador de Skype). Era la start-up de moda. Pero sus números —los pocos que trascendían— generaban dudas. Y en 2016 se redujo la plantilla. La hoja se agitaba tanto que la empresa ha transformado su modelo de negocio. Hoy su propuesta es similar a la de una empresa de trabajo temporal (ETT). "Nos dimos cuenta de que el 75% de las ofertas [trabajan con perfiles medios] eran temporales. No tenía sentido ir a contracorriente", dice Félix Ruiz, su presidente ejecutivo y exfundador de Tuenti. Fluyen aguas nuevas. "Estamos en números muy, muy buenos", enfatiza sin detallar más. En dos meses abrirán un nuevo mercado en Europa (ya están en Reino Unido, Colombia, México y España) y el futuro, aventura, será esperanzador. "Jobandtalent dará mucho que hablar en 2018".

Tiendeo. El buzoneo del siglo XXI se llena de cupones

Antes la vida habitaba en los buzones. En ellos sucedían las pequeñas victorias y derrotas cotidianas. Incluso hubo una época en la que estaban abarrotados de catálogos comerciales. Hoy se impone el buzoneo digital. Ese es el ADN de la plataforma **Tiendeo** y de los tiempos. Llevar en el móvil cientos de catálogos donde

ver productos, comparar ofertas y recortar cupones descuento. Para armar este universo de papel digital emplea a 100 trabajadores y una compleja estructura tecnológica (a través de plataformas en más de 30 países) que cobija a 35 millones de usuarios únicos al mes. Trabaja con Eroski, Caprabo y El Corte Inglés, entre otros. Asentada en España, acaba de abrir en México y Chile. “La estrategia es tener siete u ocho oficinas allí donde el tráfico sea intenso”, observa Jonathan Lemberger, uno de los fundadores de la firma. Pasaporte con el que este año facturará 7,5 millones de euros.

Fintonic. El optimizador que echa números por el cliente

Una fintech (empresa tecnológica que ofrece servicios financieros) es como una conversación, necesitas al otro. El problema con los bancos es que andan extraviados en el diálogo. Tienen dificultades para entender a los millennials y también a los mayores. **Fintonic**, “un optimizador financiero”, como se define, dice haber hallado ese lenguaje. Creada en 2000 por Lupina Iturriaga y Sergio Chalbaud —ambos coincidieron en el antiguo Banesto—, ha levantado 25 millones de euros para “impulsar su crecimiento en España y Latinoamérica [solo está presente en Chile]”, según Iturriaga. El accionariado lo forman Atresmedia, ING, Onza Capital, Inception Capital, la aseguradora PSN y emprendedores particulares. “Aún no estamos en números verdes, pero llegarán pronto”, vaticina. Su aplicación —acorde con la empresa— tiene más de 400.000 usuarios y proporciona alertas, consejos, perfiles de riesgo y permite solicitar préstamos y contratar seguros.

Cuideo. Atiende a las personas mayores por horas

En este mundo de grandes también hay espacio para pequeñas firmas con buenas ideas e ilusión. **Cuideo** se ocupa de atender, por horas, a personas mayores. Personas para quienes los años son un pesado almanaque. Esta mirada es el compromiso de Adrià Buzón, su actual consejero delegado. Cuideo ya trabaja en Madrid, Barcelona y Valencia y, seña de los tiempos, recurre a la plataforma de crowdfunding The Crow Angel para financiarse.

SaludOnNet. Salud privada a la carta a bajo precio

Trabajaba en Accenture y lo dejó para gestionar la clínica médica de su familia. Ingeniero informático, desarrolló en 2003 un programa pionero de citas online. Carlos Falcato lo tuvo claro. Podía crear una plataforma para contratar servicios médicos privados. Universalizar esa clase de sanidad, aunque no se tenga seguro. Lo llamó **SaludOnNet**. Era 2008. Enlazó galenos, pruebas y hospitales. Revolucionó los precios. “Si una resonancia magnética nuclear cuesta 800 euros, nosotros la conseguimos por 90”, afirma. Ya tiene el soporte de 19 millones de euros en fondos presentes y futuros. Acaba de lanzar un chat médico y un servicio de videoconsultas. “Detrás vive el anhelo de que nadie se quede sin seguro”, sintetiza Falcato. Es la healthvolution. Un neologismo que crece al 12% semanal.

BrainLang. Un inglés de cine de producción propia

Aprender un idioma, para muchos españoles, es opositar al fracaso. “Yo era un frustrado del inglés”, recuerda el emprendedor Leopoldo Guardiola. Hasta que se topó con Stephen Krashen, lingüista de la Universidad de California (UCLA) que defiende que las lenguas deben aprenderse de forma inconsciente. “Estudiar para aprender a hablar inglés es un error tan grande como estudiar para montar en bicicleta”, según Guardiola. De ese fallo surgió **BrainLang**. Sustituyó los libros por vídeos de un minuto y los profesores por actores que representaban historias en esos relatos con guiones y producción propia. Apoyado por Eugenio Galdón, fundador de Ono, en año y medio ha elaborado 3.000 vídeos para 5.000 usuarios. Próximos mercados: Italia y Rusia; próximo idioma: español.

CERCO AL EMPRENDEDOR ESPECULATIVO

“El 80% de las *start-ups* fracasa en los seis primeros meses de vida”. Es un dato muy frío. Como un hielo recorriendo la columna vertebral. Pero Jan Brinckmann, profesor de Estrategia de Esade, no se anda con paños calientes. Hay que desterrar un estereotipo. Muchos aún piensan que basta con presentar un plan de negocio (¡a veces un sencillo *powerpoint!*) arropado con adjetivos del tipo “único”, “nuevo”, “disruptivo”, o cualquier otra sucesión de sinónimos, y aguardar una lluvia de dinero. El Dorado no existe. “Cuando alguien decide emprender tiene tres cosas seguras: va a trabajar más que antes, va a ganar más dinero que antes y su jornada carecerá de horarios como nunca antes”, avisa Mathieu Carenzo, docente del IESE.

Ya escribió el escritor Truman Capote que “cuando Dios te da un don, te da también un látigo”. Pero el sacrificio, si está bien orientado, puede ser una recompensa. “Me gustan las empresas que no son especulativas, dirigidas al cliente y que utilizan la tecnología para atacar nichos tradicionales. Firmas que trabajan sobre la cotidianidad”, argumenta Luis Martín Cabiedes, uno de los mayores *business angeles* de España. La mezcla diaria de látigo y talento.

ARCHIVADO EN:

[Idealista.com](#) · [Cabify](#) · [Wallapop](#) · [Apps](#) · [Start-up](#) · [Pymes](#) · [Aplicaciones informáticas](#) · [Internet](#)
· [Empresas](#) · [Tecnologías movilidad](#) · [Economía](#) · [Tecnología](#)

© EDICIONES EL PAÍS S.L.

[Contacto](#) | [Venta de contenidos](#) | [Publicidad](#) | [Aviso legal](#) | [Política cookies](#) | [Mapa](#) | [EL PAÍS en KIOSKOyMÁS](#) | [Índice](#) | [RSS](#) |

