

Gestión Empresarial

"Queremos invertir hasta 10 millones de euros en negocios jóvenes"

La 'incubadora' Cube Investments aporta 200.000 euros por proyecto

María Domínguez MADRID.

No les interesan los castillos en el aire: "Invertimos en empresas que ya tienen ingresos, capaces de generar caja; en negocios en los que se ve claramente el retorno de la inversión", explica Juan Teijeiro, socio director de Cube Investments. Esta plataforma de inversión aporta, de media, 200.000 euros a cada proyecto en el que entra y sólo se fija en *start up* tecnológicas: "Como Warren Buffett, sólo invertimos en aquello que entendemos muy bien", explica Teijeiro mientras la comparación con el gurú le arranca una sonrisa.

Cube Investments prevé invertir entre cinco y 10 millones de euros en los próximos ocho años. No sólo en empresas españolas: entre las ocho compañías en las que tiene presencia hoy ya hay, además, varias pymes mexicanas y alemanas.

Junto a Teijeiro está Martí Escursell, el que fuera número dos de la empresa de vales descuento Letsbonus, quien señala qué perfiles les interesan: "Nos gustan los proyectos que *digitalizan* la industria". ¿Y eso qué significa? Escursell lo explica con un ejemplo: el de una empresa alemana que diseña, fabrica y vende por Internet pelotas de golf. "Ofrecen un producto de igual calidad que las marcas *premium*, pero a mitad de precio, porque no hay intermediarios ni tiendas físicas". Cube Investments ya ha invertido en proyectos como la plataforma de *crowdfunding* española The Crowd Angel; en Sweetspot, una plataforma de *business intelligence* en la *nube*, y en las *start ups* internacionales be2 y C-Date -dos webs de citas alemanas-, entre otros negocios.

Esta plataforma no sólo pone dinero; también acompaña a sus *incubadas*, en las que entra cuando son micropymes y las ayuda a cre-



Juan Teijeiro, en primer término, y Martí Escursell, socios de Cube Investments. PEPO GARCÍA

Les interesan empresas que, sin estar en beneficios, ya sean capaces de generar ingresos

cer. Las apoya en la gestión, interviniendo tanto en la estrategia como en el reclutamiento de profesionales.

Un grupo empresarial

Cube Investments, que vio la luz hace meses, es el último proyecto de un grupo de socios -entre ellos, Teijeiro y Escursell- que en los últimos diez años han puesto en marcha 11 empresas de marketing digi-

tal que hoy facturan conjuntamente 127 millones de euros. Entre esos proyectos está Jot, uno de los líderes en la generación masiva de tráfico en Internet. De esas 11 empresas proceden los ingresos que ahora les han permitido crear esta incubadora. La evolución de sus inversiones les hizo pensar: "¿Por qué no ofrecer nuestro *know how* a otros emprendedores?"

¿Qué carencias observan en los proyectos que les llegan? Escursell las resume: "Infravaloran el coste del marketing. Se sigue pensando que publicitarse en Internet es gratis, y no lo es". Más errores: "Tú presentas un plan de negocio y siempre te salen las cuentas: para conseguirlo, o subes los ingresos o reduces los gastos. La realidad es otra", apunta el exdirectivo de Letsbonus.

Martí Escursell recuerda otro fallo habitual entre los emprendedores: "Algunos quieren ir desde el primer momento a por todo el mundo, mientras que otros no se plantean salir de España hasta que el resultado en este país sea *supersólido*... con lo cual pueden perder oportunidades".

A estos emprendedores les escandalizan las valoraciones multimillonarias de ciertos negocios: "Nunca entraríamos en un *Snapchat* -aplicación dedicada al envío de fotos que se *autodestruyen* en pocos segundos-, una compañía que, sin tener ni siquiera modelo de negocio, ya está valorada en 3.000 millones de dólares. Ya nos gustaría, por otro lado... pero nosotros nos dedicamos a generar euros a final de mes", remata Juan Teijeiro.

El premio de la lotería, para comprar un piso

Según un sondeo, la mitad de los españoles lo invertiría en vivienda

elEconomista MADRID.

Comprar un piso. Es lo que haría la mitad de las personas encuestadas por la compañía de servicios inmobiliarios Look&Find si les tocara la lotería. Frente a ese 49 por

ciento que considera que la adquisición de una vivienda es la mejor opción en la que invertir el dinero del premio, un 37 por ciento lo destinaría a "ayudar a familiares o amigos cercanos que lo necesitan". Catorce de cada cien, por su parte, se tomarían "un año sabático para relajarse y viajar".

Los precios de la vivienda han bajado de media, de acuerdo con las estadísticas del departamento de Análisis de Look & Find, en tor-

no a un 35 por ciento desde el año 2006, cuando alcanzaron su precio más alto.

Caídas limitadas en 2013

Las caídas de los precios en el último trimestre no han sido muy significativas, explican desde Look & Find, "algo que los clientes perciben cada vez con mayor claridad y que hace que éste sea un buen momento para invertir. Los resultados atestiguan que si se dispusiera del

dinero para adquirirla o al menos de una entrada importante para solicitar una hipoteca no muy elevada, la compra de vivienda sería una de las principales opciones".

Las oficinas de esta red inmobiliaria han observado a lo largo del último semestre de 2013 un incremento sustancial de las aportaciones económicas para la compra de una casa con hipotecas por importes que no suelen superar los 150.000.



Rompe Moldes

María Millán

Consultora en estrategia

LOS AUTÓNOMOS SON INVISIBLES

Hace unas semanas que el Gobierno incrementó la cotización básica de los autónomos a la seguridad social en 624 euros al año -más de un 20 por ciento en relación con la cotización equivalente hasta la fecha- y lo hizo sin apenas levantar asperezas. Con una recepción mansa por parte de más de 3.000.000 de autónomos, infrarrepresentados y casi invisibles a nivel político, mediático y social.

Con este gesto, los autónomos que hayan superado los tres años de actividad, es decir, cuyo modelo de negocio apunte maneras de mantenerse a flote, contribuirán generosamente a las arcas del Estado. Y su dinero servirá, entre otras cosas, para mantener a nuestros cinco niveles de Gobierno y a su multitud asesores, o para financiar las duplicidades de sueldos de los políticos y sus pensiones vitalicias.

Es evidente que las asociaciones de autónomos no son efectivas, y no están a la altura de la realidad. E incluso que pueden estar vendidas al partido político mayoritario, como foros desde los que contribuir al proselitismo de sus programas, y desde los que mantener bajo control a sus representados.

En cualquier caso, no deja de ser decepcionante que los autónomos no generen un movimiento que les proporcione la visibilidad y la capacidad de *lobby* acorde a su importancia para nuestra economía nacional.

Claro está que cuando uno está solo para atender a su negocio, dispone de poco tiempo y ganas para ser idealista. Pero es una pena desaprovechar el interés mediático suscitado por los emprendedores para crear conciencia de las necesidades particulares de los autónomos.

Los autónomos son las células económicas más autosuficientes, ingeniosas y ágiles, porque si no se espabilan rápidamente ante cualquier contexto difícil, no venden, no cobran y no pueden pagar tus gastos personales.

Hay cínicos que pueden pretender que el sigilo de los autónomos es voluntario, y que ampara su tendencia a realizar operaciones en negro. Pero la economía sumergida es, sobre todo, economía de guerrilla, y la guerrilla, a menudo, se inicia por pura supervivencia.