



ESPECIAL Tecno | Internet

No sólo del inglés vive la Red. Montar una página web en la lengua de Cervantes y triunfar es posible. ¿No nos cree? Aquí tiene seis ejemplos de visionarios que se arriesgaron y ganaron a lo grande. Y sin renunciar a la eñe.

Por Carlos Salas
Fotografías de Mark G. Peters
y Javier Ocaña

Cómo triunfar en la Red

Internet también en español





Autor: CARLOS SALAS



meneame.net

110.000 usuarios al día

«A principios de 2005, Benjamin Villoslada y yo estábamos trabajando en la Universidad de Mallorca y nos dimos cuenta de que podíamos crear la versión española de Digg, un *blog* con las noticias más votadas por los usuarios. Montarla sólo nos costó unos euros.» (Ricardo Galli, director)

- ▶ ¿Qué es? Un *blog* con las noticias más votadas por los internautas.
- ▶ Facturación en 2006: 36.000 €.
- ▶ Beneficio en 2006: 1.500 €.

én habla



64 ESPECIAL Tecno | Internet

e

El prototipo

El secreto de Mercedes SLK estaba siendo probado en las carreteras de Sierra Nevada, en Granada. Un aficionado al mundo del motor identificó el coche camuflado, le hizo una foto con el móvil y la envió a motorpasion.com, un blog español de la red weblogssl.com. Pocas horas después el secreto ya era comentado en voz alta desde Estados Unidos hasta Alemania.

¿Entrar en Internet y conformarse con mirar? No señor. Ahora, los internautas pueden enviar fotos, votar sus noticias preferidas, comprar billetes de avión, ver un piso por dentro antes de comprarlo, reservar mesa en un restaurante y ¡hasta encontrar empleo! Se llaman webs 2.0, y en España ya hay gente que gana dinero con ello.

Edreams es el ejemplo. En 2006 ganó 13 millones de euros. Esta web, que factura 300 millones de euros al año, fue lanzada en 1999 por Javier Pérez Tenessa. Gracias a ella, los ciudadanos se han convertido en agentes de viaje, pues con un golpe de ratón pueden conocer cuáles son los billetes de avión más baratos, en qué líneas y comprar un viaje a su destino favorito en menos de un minuto. Claro que no basta con tener una idea. Hay que ofrecer algo que la gente necesite. «¿Por qué esperar a que abran la agencia de viajes para comprar el billete?», dice Javier Pérez Tenessa, consejero delegado de Edreams, la mayor empresa europea de venta de billetes. «Creamos un programa que permite a los clientes comprar durante las 24 horas del día los billetes y, además, más baratos.»

Pero para triunfar en este negocio no sólo hay que tener una buena idea, sino ser el primero en ponerla en marcha. ¿Se le ocurriría a usted sacar una bebida

edreams.com

Factura 300 millones al año

«En 1994 estaba trabajando en Silicon Valley y a mi alrededor veía a amigos que triunfaban creando páginas web. Más tarde, me di cuenta de que en Estados Unidos estaban despegando los portales de compra de billetes y decidí crear uno similar en España. La inversión inicial fue de 25 millones de euros; hoy facturamos, cada año, 12 veces esa cantidad y damos empleo a 180 personas» (Javier Pérez Tenessa, consejero delegado)

- ▶ ¿Qué es? Web de venta de billetes de avión y paquetes combinados.
- ▶ Visitantes: diez millones al mes.
- ▶ Beneficios en 2006: 13 millones.



Para triunfar en Internet no sólo hay que tener una buena idea; hay que ser el primero en ponerla en marcha. Así lo logró idealista.com, que fue la primera web con fotografías de las casas en venta

refrescante con sabor a cola? Es un poco tarde. Pero otra cosa es un portal donde la gente muestre el interior de los pisos que quiere vender y, encima, gratis. Eso fue lo que se pensó en idealista.com,

un portal que desde 2000 es el punto de encuentro de todos los que quieren comprar o vender un piso. «Hasta que nosotros llegamos, en Internet sólo se colgaban anuncios clasificados de pisos», dice Jesús Encinar, uno de los padres del portal. Hoy es una de las mayores webs inmobiliarias del mundo, con un crecimiento anual del 20 por ciento, 80 millones de visitas al mes y sedes en Madrid y Milán.

Idealista es un nombre romántico y fácil de recordar. ¡El nombre! Ésa es otra de las claves. Tiene que ser original, pegadizo y sencillo de teclear. «Nosotros nos equivocamos con Xataka —reconoce



weblogssl.com

150.000 € de beneficio

«En 2004 creé un *blog* de *gadgets* tecnológicos y respondieron 20 personas. Eso me hizo pensar que había una audiencia para *blogs* especializados y me lancé con una inversión inicial que no superó los 3.000 euros.» (Julio Alonso, director)

- ▶ ¿Qué es? Centro de *blogs* especializados en noticias, deporte, economía, ocio, tecnología...
- ▶ Plantilla: ocho y 120 *blogeros*.
- ▶ Usuarios: Seis millones al año.
- ▶ Facturación en 2005: un millón.

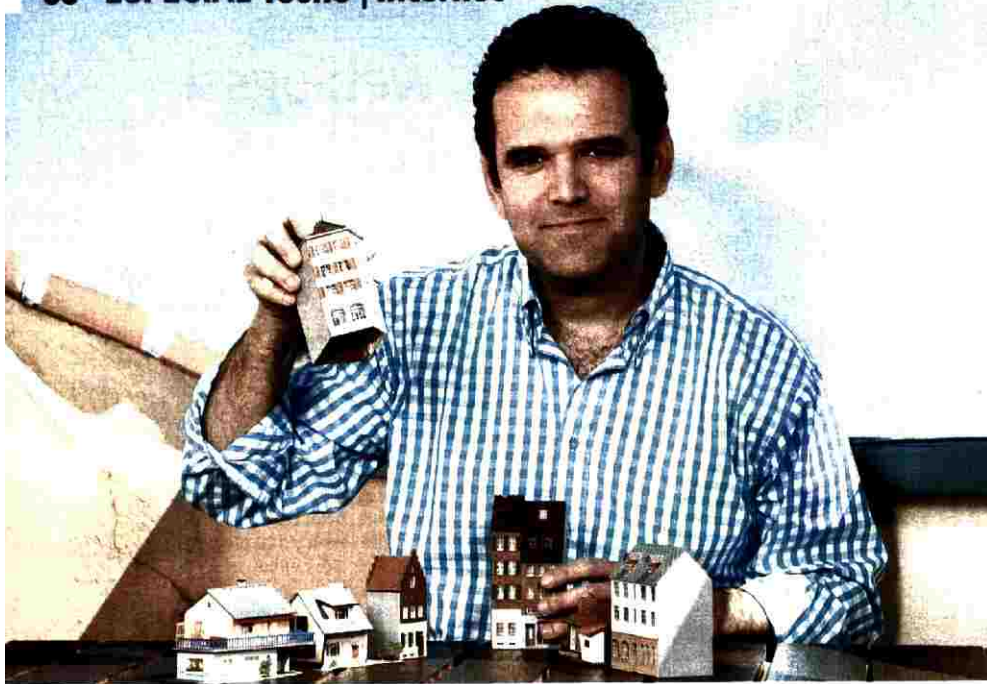
Julio Alonso, el maestro de las *weblogs* en España— porque quienes escuchan ese término no saben si teclearlo con 's' o con 'c'.» Sus siguientes *blogs* ya fueron más efectivos: Motor Pasión, Directo al

paladar, Compradición, Notas de Fútbol... No hace falta explicar de qué van estos cuadernos de bitácora escritos por especialistas que congregan cada día a cientos de miles de lectores alrededor de

weblogssl.com. Y el nombre de Edreams (algo así como 'sueños electrónicos') también habla solo. «Nuestra ilusión era convertir en realidad lo que antes era sólo un sueño para muchos, a base de reba- ▶



66 ESPECIAL Tecno | Internet



idealista.com
1,6 millones de beneficio

«Un día le comenté a mi madre que me gustaría crear un portal inmobiliario en Internet, y ella respondió que yo era un 'idealista punto com'. Así nacimos, en 2000. El lanzamiento nos supuso 120.000 euros de inversión, pero en estos siete años no hemos parado de crecer, hasta tener 80 empleados.» (Jesús Encinar, director)

- ▶ ¿Qué es? Web con información sobre alquiler y venta de pisos y casas.
- ▶ Visitas: 1,2 millones de usuarios al mes.
- ▶ Facturación en 2005: cinco millones.

zed.es
80 millones de usuarios

«El inicio de todo fue una web de información llamada LaNetro, pero nos dimos cuenta de que la gente quería más funcionalidades, como juegos o entretenimiento. Así que compramos Zed, un distribuidor de contenidos por internet, a la multinacional sueca Telia Sonera en 2003 por 30 millones de euros. Entonces, la web general pasó a llamarse lanetrozed.com. Pero aún hoy seguimos manteniendo los portales zed.es y lanetro.com.» (Javier Pérez-Dolset, presidente)

- ▶ ¿Qué es? Web con tonos y videos para móviles, ocio, mapas, foros...
- ▶ Inversión: 1,5 millones.
- ▶ Plantilla: 1.400 personas.
- ▶ Facturación: 300 millones.
- ▶ Beneficio: 80 millones.



jar los precios», comenta Pérez Tenessa.

Para poner en marcha un negocio en Internet tampoco hace falta derrochar una fortuna. Ricardo Galli y Benjamín Villoslada fundaron meneame.com casi sin invertir un euro. Su portal es como una urna digital donde cada día más de cien mil internautas cuelgan y votan las noticias que más les llaman la atención. Los usuarios 'menean' con el ratón la noticia que más les atrae, y con ello forman una página democrática en la que los sucesos aparecen colocados según su popularidad. En el caso de weblogssl.com, Julio Alonso puso 3.000 euros, y para ahorrar no compra programas informáticos, sino que utiliza *software* libre.

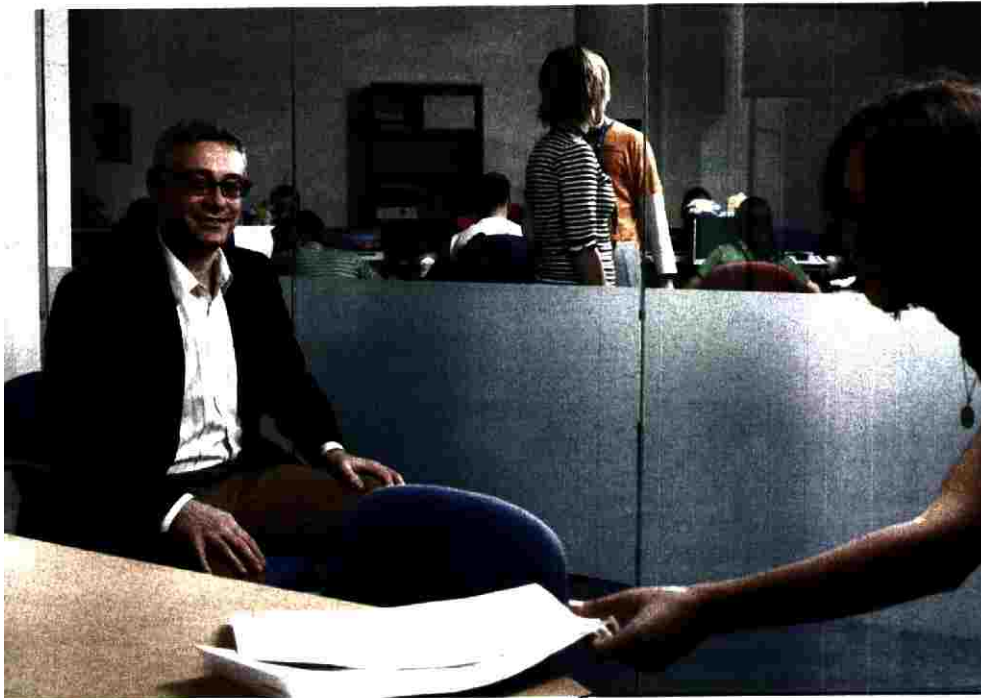
Una web de éxito no tiene que salir cara, pero abaratar mucho los costes puede llevarla a la ruina. Montar el portal Menéame apenas costó dinero, pero ahora factura 36.000 euros anuales

Pero una cosa es que la web salga baratita y otra, que por abaratar costes, el negocio acabe siendo una ruina. Ninguno de estos seis portales pierde ni un euro. Zed.es (la antigua LaNetro) gana

50 millones de euros al año vendiendo contenidos para móviles, descargas de videoclips y música. Idealista ganó 1,6 millones de euros en 2005. Su truco consiste en cobrar a las agencias inmobiliarias o a las personas que quieran colgar más de tres pisos. «El que tiene más de dos pisos ya no es un particular, sino alguien que vive de este negocio», afirma Jesús Encinar. En el caso de Edreams se cobra a las compañías aéreas por los billetes emitidos. Infojobs cobra entre 200 y 375 euros a cada empresa que desee poner una oferta de empleo en su web, y tiene cien mil empresas alojadas, así que echen cuentas: factura 21 millones de euros y gana ¡diez millones al año! ▶



68 ESPECIAL Tecno | Internet



**KARAOKES
Y OTRAS
RAREZAS**

TOPRURAL.COM

Recoge más de 6.000 alojamientos rurales de España. Recibe un millón de visitas mensuales. Fundada en Madrid por el belga François Derbaix, 32 años, ha tenido tanto éxito que ha abierto webs en Francia y Portugal. Cobra una cuota fija a las casas rurales que se promocionan.

REDKARAOKE.ES

El riojano Miguel Ángel Díez Ferreira, 36 años, lanzó el primer karaoke *on line* del mundo y ya se ha convertido en un fenómeno social. Los candidatos a *triumfos* escogen su canción y la cantan y la graban siguiendo la letra de la pantalla. Luego la cuelgan y se vota la mejor. Se financia con publicidad.

ELOTROLADO.NET

El mayor punto de encuentro de los amantes de los videojuegos, donde analizan las novedades. Creada por una persona cuyo seudónimo es JIXO (pues no quiere revelar su nombre), EOL se encuentra dentro de las cien más vistas de España. Se financia con anuncios de consolas y videojuegos.

BOLSAGORA.COM

Fundada por el francés Alain Galibert, amante de España. Por 39 euros al mes, los inversores reciben consejos para invertir y hacerse ricos y participan en uno de los foros más reputados de intercambio de información financiera. Tiene en su plantilla a unos de los mejores analistas técnicos de Bolsa.

FUENTETAJALITERARIA.NET

Para todos los que desean ser escritores, pero no tienen tiempo de ir a clases, este portal, montado por Ramón Cañelles, imparte cursos de escritura creativa en la Red por 65 euros al mes. Además, vende libros de consejos y publica los mejores relatos de sus alumnos.

VINOSELECCION.COM

El mayor club de vinos de España, Vinoselección, lanzó este portal en Internet que se ha terminado convirtiendo en su nuevo canal de ventas. La lleva Carlo Galimberti y se pueden comprar a golpe de ratón los mejores vinos de España con buenos descuentos, participar en foros y hasta hacer consultas por SMS cuando está en un restaurante.

**infojobs.com
Factura 21 millones**

«El padre de la criatura fue Antonio González Barros, presidente de la incubadora Intercom. Creó esta página en 1998 porque necesitaba reclutar personal especializado en nuevas tecnologías para sus webs. Luego fuimos ampliando su campo de acción con una mayor oferta de servicios y ahora recibimos 12 millones de visitas al mes.» (Juan Antonio Esteban, director)

- ▶ ¿Qué es? Web especializada en empleo.
- ▶ Plantilla: 120 trabajadores.
- ▶ Beneficio en 2006: diez millones.

Menéame y Weblogssl se financian con publicidad.

Eso sí, hay que tener paciencia. «Nosotros perdimos dinero durante tres años», dice Jesús Encinar. Julio Alonso, padre de Weblogssl, se pateó todas las agencias de publicidad para convencerlos de que era rentable poner anuncios en su web.

Todos ellos han aprendido de la gran catástrofe de 2000. ¿Se acuerdan? Después de ascender hasta el Olimpo de la fama, muchas de las webs que prometían un gran futuro se estrellaron. No había suficiente mercado. «Éste es un negocio complicado —asegura Javier Pérez Dolset, presidente de Zed.es—. Si llegas pronto, mueres; si llegas tarde, también.» Pero otras, como Edreams, crecieron incluso con la crisis. «En los peores años crecíamos un 200 por ciento», insiste Javier Pérez Tenessa. Incluso Infojobs resistió el embate de gigantes multinacionales como Monster.com. «Fue un momento difícil», recuerda su director general, pero al final lograron convertirse en el portal número uno de su género en Europa.

Tanto esfuerzo tiene premio. Edreams fue comprada en octubre por un fondo de inversión americano, TA Associates, y los propios ejecutivos de la empresa por 153 millones de euros. A los de Menéame les ha llegado una oferta para comprar el 30 por ciento de su web por dos millones

de euros. El 60 por ciento de Infojobs fue vendido a la canadiense Trader Classified Media en 2004 por 13,7 millones de euros, y ahora es de la sueca Schibsted.

Algunos podrían ser millonarios si quisieran salir a Bolsa, como Zed, pero eso no los convence. «Lo paso bien, gano mucho dinero y tengo tiempo para jugar al golf», dice Javier Pérez Dolset, su presidente. Y lo mismo piensa Jesús Encinar, de Idealista: «No me quiero pasar el resto de mi vida haciendo cálculos para pagar dividendos a los accionistas». Otros, como Julio Alonso, han recibido ofertas de compra, pero ha dicho que no. A todos ellos se les hace la boca agua cuando escuchan lo que se ha pagado por YouTube o DoubleClick. «Pero eso sólo pasa en EE.UU.», dice Ricardo Galli, que no quiere vender Menéame... por ahora. ■