

Kippel⁰¹

AVATARES

Carlos Blanco (Encomenda): “Hay muchísimo dinero tonto y fácil en el mercado”

El emprendedor y gestor del fondo inversor Encomenda considera que, pese a que no existe una burbuja en la valoración de start ups en España, hay muchos inversores no profesionales en el mercado.

15 JUN 2017 — 04:57

POR A. PIJUÁN



Carlos Blanco es el actual gestor de **Encomenda Smart Capital** y fundador del *company builder* **Nuclio**. Con más veinte años de experiencia en el sector digital, Blanco fue uno de los primeros españoles en lanzarse de lleno a la piscina con los negocios en Internet. Desde entonces hasta ahora, el directivo ha invertido a título personal en unas 75 empresas y ha conseguido vender una de sus compañías, **Akamon Entertainment**, por 23 millones de euros. Sin pelos en la lengua, Blanco considera que los emprendedores españoles juegan con desventaja en relación a sus vecinos europeos y que muchas de las aceleradoras de España sólo sirven para “hacer ruido”.

Pregunta: Usted fue uno de los primeros en zambullirse en el sector de Internet y cuenta con cerca de veinte años de experiencia en este campo. ¿Cómo ha cambiado este nicho en todo este tiempo?

Respuesta: El primer cambio es que antes eran todo expectativas, y ahora todo se ha convertido en realidad. Yo viví una época en la que era necesario convencer a la gente de que Internet iba a revolucionar los negocios. También viví la oleada de las *puntocom* y luego el crecimiento del sector. Se pasó de promesas a realidades.

1/3

<https://www.kippel01.com/avatares/carlos-blanco-encomenda-hay-muchisimo-dinero-tonto-y-facil-en-el-mercado.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

AVATARES

P.: Al echar la vista atrás, ¿qué cree que debería cambiar?

R.: Lo más complicado que existe hoy en día es que los emprendedores competimos en mercados globales y en peores condiciones que, por ejemplo, Francia o Alemania.

P.: ¿Existe voluntad por parte del Estado de cambiar estas condiciones?

R.: Algunas personas tienen interés, pero no voluntad. El caso es que Hacienda manda sobre Economía.

P.: Usted ha sido emprendedor, *business angel* y, ahora, gestor de un vehículo de inversión. En este tira y afloja entre emprendedores e inversores, ¿quién tiene la sartén por el mango?

R.: El emprendedor, que es quien tiene el negocio.

“No todo el mundo está preparado para tener éxito”

P.: ¿Ser emprendedor está de moda?

R.: Yo creo que sí, sobre todo a raíz de la crisis económica. En una época en la que había mucho paro, el Gobierno animaba a la gente a emprender para disminuir la tasa de desempleo. El problema es que no todo el mundo está preparado para tener éxito.

P.: En Salón Mi Empresa comentó que en España se identifican bien los modelos de éxito, pero no hay suficiente talento dispuesto a emprender. ¿Es una cuestión de educación?

R.: Al contrario, hay muchísimo talento. Hay gente muy buena en tema de negocios, buenos ingenieros, expertos... El problema es que no siempre se agrupan bien para crear la empresa correcta. No se puede emprender solo, hay que entender que es necesario emprender con equipos. Los emprendedores tienen que aprender a compartir.

P.: Usted considera que no existe una burbuja en la valoración de las *start ups*...

R.: En España no hay burbuja en cuanto a valoraciones. De hecho, en comparación con Europa, las empresas españolas tienen las mismas métricas que sus vecinas y son más baratas. Globalmente hay gente muy seria. Aunque también hay gente a la que *se le va la olla*, totalmente de acuerdo, hay muchísimo dinero tonto y fácil en el mercado. Pese a ello, la primera valoración será alta, pero la siguiente tendrá que serlo aún más, y allí es cuando las empresas no encontrarán gente que invierta.

P.: Usted también dice que se mueve muchísimo dinero en el mercado, ¿existen inversores poco profesionales?

R.: Muchísimos, cada vez hay más dinero de inversor privado que, en vez de canalizar correctamente su dinero, lo pierde. Juegan a ser *business angels* sin tener la capacidad, tendrían que invertir a través de vehículos de inversión de gente que está preparada.

“Muchas empresas se hacen llamar aceleradoras, y no lo son”

P.: ¿Esta tendencia parará en algún momento?

Kippel⁰¹

AVATARES

R.: No parará, pero la gente irá aprendiendo. Por una parte, el emprendedor quiere *smart money*, que su inversor le dé dinero y le aporte un valor añadido en formación o recursos. Por otra parte, cuando la gente invierte y le sale mal, la segunda vez ya lo hace con alguien que sabe. El mercado se está profesionalizando.

P.: Volviendo al tema de las burbujas, ¿cree que se aplica a las aceleradoras?

R.: Hay demasiadas aceleradoras en España. No tiene sentido que, por ejemplo, se monte una aceleradora en Alcobendas. No pueden ser ni pequeñas ni municipales, sino que tienen que ubicarse en los epicentros tecnológicos. Muchas empresas se hacen llamar aceleradoras, y no lo son, y eso confunde a la gente. SeedRocket, por ejemplo, no es una aceleradora, es una copia de Seedcamp. Una aceleradora precisa de un proceso de tres, cuatro, cinco o seis meses con *mentoring*.

P.: ¿Entonces este ‘boom’ surge porque hay negocio?

R.: Yo diría más bien que mucha gente lo hace por hacer ruido. En España, sólo Conector es rentable, te invito a mirar las cuentas del próximo ejercicio.

P.: ¿Las *corporate* también quieren hacer ruido?

R.: Las *corporate* tienen mucho sentido, porque desde las grandes empresas no saben dialogar con un emprendedor, es como si uno hablara castellano y el otro alemán. La aceleradora juega un papel clave entre ambos porque funciona como *decoder*, intenta combinar el lenguaje *startuper* y el *corporate*. El problema es que, por una parte, la mayoría de emprendedores tienen más nivel que la gente del *corporate*. Por otra parte, en muchos *corporates*, el *tío* que manda no es siempre el que sabe más del sector digital, sino que a veces es el más amigo o el que está mejor colocado.