

EMPRENDEDORES DE **Capital**

Los 'internautas', nuevos catadores

Los usuarios son los reyes, los auténticos motores de la última aventura empresarial de Nacho González-Barros, fundador del famoso buscador de empleo Infojobs.net. Sin los *internautas* no sería posible el funcionamiento de su nuevo portal, Salir.com, dedicado al mundo del ocio y alimentado de las informaciones y comentarios de los navegantes. "Dar poder al usuario tiene mucho futuro", sentencia González-Barros, todo un gurú de las posibilidades de la Red.

Salir.com es la última apuesta del fundador de Infojobs.net, una guía del ocio nutrida por los comentarios de los usuarios que en sólo tres meses acumula un millón de páginas vistas.

Y lo dice con la sabiduría que proporciona la experiencia. Nacho, como todo el mundo le conoce, lleva 15 años vinculado a las oportunidades de Internet, tiempo en el que, además de Infojobs.net, cofundó Neurona.com. Ahora su ratón maneja las páginas Salir.com y Linkara.com. Casi nada.

"Además de DJ *amateur* soy aficionado a la música electrónica y me he dado cuenta de que no existía una buena guía sobre ocio en Internet. Soy un gran consumidor de ocio local y creo

que existe una gran oportunidad", explica. La idea estaba en su cabeza y el dinero no supuso un obstáculo: "Yo tengo la suerte de contar con un historial de éxitos y no tuve problemas para buscar financiación, aunque soy consciente de que esto en España cuesta demasiado", analiza.

La mitad de la facturación será de la publicidad

Así, Bonsai Venture Capital y Grupo Intercom pusieron los dos millones de euros de inversión inicial. Con ese dinero, Sa-

lir.com empezó a funcionar a mediados de este año y en tan sólo tres meses tiene ya un millón de páginas vistas. El boca oreja y los comentarios de algunos *blogs* les han venido muy bien, según reconoce Nacho González Barros, quien explica además que han invertido en marketing *on line* para posicionarse en distintos buscadores.

A pesar de ser conscientes de que el sector está ligado al riesgo y es poco predecible, en dos años pretenden amortizar la inversión inicial. ¿Y la facturación? Sus cálculos estiman que la mitad provenga de la publicidad y el otro 50% del dinero que gastan tiendas, restaurantes... para posicionarse en Salir.com.

"Nos queda mucho por hacer", explica Nacho. Entre los

del ocio

próximos proyectos está la inauguración de una sección de eventos y ampliar el número de ciudades de las que existe información. Por ello, la intención es que paulatinamente el equipo, ahora compuesto por 15 personas, vaya creciendo al ritmo que los contenidos. "Es muy importante la fuerza de la gente que está detrás evitando que la página se desmorone o se tergiversen las informaciones", apostilla el fundador.

■ **CONSEJOS ÚTILES:** Para Nacho González-Barros es importante hablar con muchos emprendedores del sector antes de arrancar el proyecto. "Acumular *feedback* es necesario porque existen muchos matices", concluye.

M^a Ángeles Fernández ♦
mfernandez@gyj.es



Nora Kurtin (izquierda) fue la gestora de la empresa, a la que se sumó Mariana Rivera.

Sapos y Princesas busca con su agenda que padres e hijos compartan y disfruten juntos sus momentos de recreo.

Hacer planes con los hijos

De directora de marketing y estrategia de grandes multinacionales a gestionar una pyme que pretende que los padres aprovechen de la mejor manera posible el tiempo que pasan con sus hijos. Éste es el salto que dio la vida de Nora Kurtin en pocos años. En medio, dos hijos y Sapos y Princesas, su nueva empresa.

"Cuando mi hija tuvo dos años, empecé a buscar actividades para compartir con ella y vi lo complicado que era encontrarlas", recapitula Kurtin. Después de investigar y hacer un estudio de mercado, comprobó que sí existía una oferta suficiente e interesante y también había demanda. "Así surgió Sapos y Princesas", recuerda. Una guía de planes para padres e hijos, tanto en papel como en Internet. "La idea es que el tiempo que pasas con tu hijo no sea un sacrificio, sino un momento para compartir y transmitir valores", explica la artífice.

Transcurrieron unos nueve meses entre que tuvo la idea y la puso finalmente en práctica. Su tercer "parto", elige como metáfora. Era diciembre de 2005. "No me puedo quejar de cómo está funcionando el negocio". Así resume Kurtin estos dos años de funcionamiento.

Al principio tuvo que tirar de sus ahorros, unos 70.000 euros, para finan-

ciar el nacimiento. "Fue muy difícil buscar apoyos y subvenciones. Exigen muchos requisitos. Para mí era más sencillo ir a visitar a un cliente y contarle el proyecto que hacer las complicadas solicitudes. ¡Siempre faltaba algo!". Y es que Nora Kurtin contaba con bastante experiencia en el mundo del marketing y tiró de ella durante los primeros pasos de Sapos y Princesas.

Los 150.000 ejemplares que se reparten gratuitamente en colegios, guarderías, empresas, teatros y algún medio de comunicación están dando buenos resultados gracias a la publicidad, única fuente de ingresos. En tan sólo un año Nora Kurtin ha conseguido amortizar sus ahorros. "Ha sido muy rentable. Ha sobrepasado mis expectativas iniciales", sentencia. Los datos de la web también son positivos: 97.000 usuarios únicos y 250.000 impresiones.

En Sapos y Princesas trabajan ocho personas, entre ellas Mariana Rivera, directora de Arte, que se sumó al proyecto desde el principio después de más de 10 años trabajando en conocidas agencias de publicidad. "Y estamos buscando otros dos", añade la fundadora.

Y es que proyectos no le faltan: una web nacional y más interactiva (tecnología 2.0) y el lanzamiento de la revista en papel en Barcelona el primer trimestre de 2008 son los más inmediatos. "Estamos creciendo mucho", finaliza.

■ **CONSEJOS ÚTILES:** "Si algo te apasiona, hazlo", sentencia Nora Kurtin.

M. A. F. ♦ mfernandez@gyj.es

AGENDA 2.0

Inversión: Dos millones de euros de Bonsai Venture Capital y Grupo Intercom.
Amortización: Dos años.
Local: En propiedad y compartido con Linkara.com.
Pistas: www.salir.com.

Nacho González-Barros (primero por la izquierda) cuenta con un equipo de 15 personas.



DATOS DEL SECTOR

Actividad: Tareas recreativas, culturales y deportivas.

Tipología: En España existen 77.953 empresas dedicadas a esta actividad, de las que casi 26.000 son sociedades limitadas, según datos del INE.

Sector servicios: Es el más importante de la economía española, representó en 2005 el 67,2% del valor añadido bruto y proporcionó trabajo a un 65% de los ocupados.

Internet: Según datos del estudio *Realidades y tendencias de la sociedad de la información*, el 92,5% de los *internautas* utiliza buscadores; las páginas de información sobre ocio o interés personal son utilizadas por un 63,7% de los usuarios.