

## Argentina se encienden luces rojas para las puntocom

Los sitios, la cara visible de Internet, pierden plata. Los inversores están cortando el financiamiento. Cierres, ventas y fusiones en el horizonte  
Septiembre 2000

La desembozada vocación de los bancos de inversión y capitalistas de riesgo por comprar participaciones en sitios de Internet se terminó. Los que ponen la plata no se contentan, ahora, con explicaciones sobre frondosos logros a futuro. Las frases como "ganancias en el décimo año de operaciones, tráfico potencial, publicidad y masa crítica de consumidores en 2004" ya no suenan como música celestial a los oídos de los inversores.

El derrumbe del NASDAQ trajo aparejadas dos consecuencias inmediatas: se cortó el financiamiento para las puntocom y sus valuaciones se derrumbaron con la misma facilidad con la que una ola tira castillos de arena. Las ofertas públicas en Wall Street se interrumpieron, las rondas para conseguir dinero se volvieron cosa del pasado y el seed capital desapareció.

El ajuste está haciendo estragos entre los sitios. Llegó la hora del darwinismo digital.

En mayo, portalvertical.com –un site dedicado al segmento business to business– se quedó sin plata después de cinco meses de operaciones. Bodas y novias, dedicado a la organización de matrimonios, también está seco, inmovilizado y en venta al mejor postor. Amarata –focalizado en regalos– achicó la mitad de su personal y detuvo su expansión regional.

Esteban Reynal, que había puesto 5 millones de dólares en distintos sitios, se abrió de Autored y VíaRural. Otro de sus sitios, Oportunidades, es sindicado como una próxima víctima de quienes se quedarán sin plata. Aunque su CEO, Walter De Boever, desmiente todo y cree que tiene futuro. Musimundo.com, controlado por The Exxel Group, también se las ve negras por estos días. Factura la mitad que hace tres meses, bajó su valuación y también congeló una eventual incursión en México y los Estados Unidos. Y archivó para mejor fecha una oferta pública de acciones, que inicialmente estaba prevista para septiembre.

LatinStocks, DeRemate y UOL (Univero On Line) tenían entre sus planes ser públicos –como se les dice en la jerga a quienes cotizan en Bolsa– a mediados de este año. Ahora, están replanteando esos objetivos.

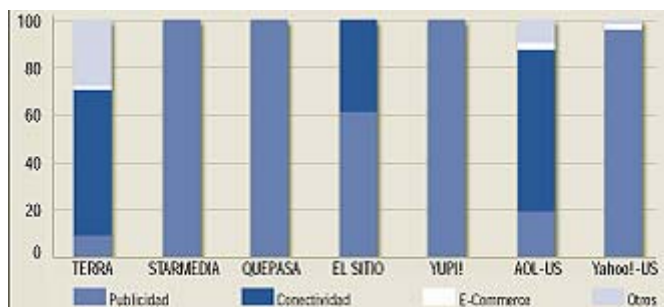
Se habló mucho de una fusión entre dos sitios de compras grupales: Agrupate y Comunia. Ambos lo desmienten, pero los especialistas en mergers dicen que las conversaciones siguen. Tampoco se pudo confirmar otro rumor a voces: que BtoBen –la incubadora apoyada por Francisco de Narváez– habría abandonado proyectos que antes bendecía.

El Sitio, Starmedia y Terra también vieron cómo sus cotizaciones cayeron por un tobogán. Aunque sus CEOs consideran que es algo "transitorio", los analistas de mercado no terminan de dar una definición sobre qué es lo que se viene.

Una docena de inversores consultados por NEGOCIOS coincide en señalar que es un momento de "mucha prudencia".

### Portales en números

#### Composición de los ingresos (en porcentaje)



#### Estructura de costos (en porcentaje)



Fuente: JP Morgan Securities, sobre datos de las empresas.

### Uno a uno, ¿quedará alguno?

Aunque hizo su lanzamiento con un elegante cocktail en el Roof Garden del Alvear Palace Hotel, Portalvertical nunca logró instalarse como un referente del segmento business to business. Su titular, Jorge Hansen, venía masticando la idea de una comunidad que enlazara empresas desde las épocas en las que trabajaba en la consultora Baxon, a la que renunció para armar su propio proyecto.

Portalvertical arrancó mal. Aunque se venía gestando desde enero, pretendió competir con PlazaVertical –propiedad de Danila Terragno– que ya estaba instalado en el mercado. Portal emuló a Plaza brindando contenidos con información sobre salud, construcción y logística.

Contrató a un especialista hindú y buscó asesoramiento en Brasil y los Estados Unidos. En su primera presentación en público, se murmuraba que miembros del Exxel Group dejarían a Juan Navarro para sumarse al proyecto.

Nada de eso sucedió. En sus casi cinco meses de vida, Portal gastó más de 100 mil pesos. Nadie sabe si, en ese lapso, pudo generar ingresos.

Lo cierto es que los proveedores cobraron en especies: Les dieron PCs como parte de pago.

Martín Aubert, responsable para la Argentina de Capital de Riesgo Internet (CRI) del Banco Santander Central Hispano, confiesa que los inversores “estamos hartos de los Bichos to Bichos. La mayoría de los B2B argentinos son eso, malas amalgamas que no van a llegar a ningún lado. Y menos con plazos para recuperar la inversión que sean ridículos. Sólo escucho proyectos que prometan break-even en seis meses”. CRI tiene participaciones en Submarino, MercadoLibre y MyAlert, entre otros.

Sin embargo, el caso mirado con mayor atención por todo el ambiente es el de Bodas y Novias. El sitio, capitaneado por Margarita Carlés, está en venta y no tiene un peso. En noviembre del año pasado, recibió 3 millones de dólares del fondo Warburg Pincus Ventures. Carlés se los gastó en expansión regional (Brasil, México, Chile), marketing y tecnología. Incluso armó una coqueta tienda real sobre la Avenida del Libertador, en Núñez.

A mediados de julio, los recursos se le habían acabado.

Bodas habría empezado solicitando 8 millones de dólares a eventuales compradores. Cuando eso fracasó, recurrió a una posible fusión con Casamientos on line, que era su principal competidor.

“No encontramos sinergias. Tampoco conseguimos financiación, por lo que tenemos en venta 100 por ciento del paquete accionario”, explica Carlés.

Entonces, le envió una carta a los potenciales adquirientes. En el e-mail –al que accedió NEGOCIOS– les explica que Bodas estaba negociando con tres inversores, pero que los acuerdos se cayeron.

Entre los conceptos volcados en ese correo electrónico –escrito en inglés– figuran:

“Les estamos diciendo a nuestra gente en Brasil, México y la Argentina que no tenemos empleo para mañana a la mañana (...) Llevar adelante una compañía como ésta, presente en tres países y con 45 empleados, toma un gasto mensual de 180 mil dólares”

En el mensaje, Carlés sostiene que el mercado aún presenta oportunidades. Como ejemplo, cita que 100 parejas se anotaban a diario en su sitio, aunque hacía cinco meses que no realizaba publicidad.

### Sin seguros

Federico Agardy es uno de los capitalistas de riesgo del sector y maneja Antarctic Ventures. Tiene inversiones en 9 sites, por más de 20 millones. Y aunque su familia se anota entre los angels de Patagon, no se sube al carro de los exitosos.

“Sabíamos que esto iba a ocurrir. La gente perdió la cabeza, leyó los diarios del año pasado y se

volvió loca. No todo lo que tiene éxito en los Estados Unidos tiene suerte acá. Muchos inversionistas están jugando a la lotería y muy pocos al póker. El mercado está más que sobredimensionado. Esto recién empieza”, vaticina.

Agardy cree que “todos pensaron que podían hacer la de Patagon. Y no es así. Hay un solo Wences (por Wenceslao Casares, CEO de Patagon), un solo timing y un solo equipo de gente”. Pero hasta Casares, el niño mimado de Internet en la Argentina, parece meter la pata. Aunque demostró ser un empresario extraordinario con el desarrollo alcanzado por Patagon, no parece tener el mismo éxito cuando encara inversiones personales.

Casares invirtió –a través de su fondo Penguin– en Amarata. Este sitio, dedicado a los regalos, nació hace un año bajo el nombre de PampaShop. Fue desarrollado por Juan Lanusse y Francisco Okecki, que desembolsaron 100 mil dólares para empezar.

A fines del año pasado, consiguieron inversores privados por 600 mil dólares y comenzaron a planear su desarrollo regional y hasta le cambiaron el nombre al sitio. El criollo Pampashop fue relegado por el brasileño Amarata.

“En Brasil estaba todo preparado, pero lo pospusimos por tiempo indeterminado. También íbamos hacia México, pero estamos buscando un socio local antes de instalarnos. Los inversores quieren ver un modelo sólido y facturación inmediata”, explica Lanusse, presidente de Amarata.

Ahora, Amarata achicó su staff de 18 a 10 personas. Tercerizó su división tecnológica. Y los inversores se preguntan para qué destruyó su nombre, en pos de algo que nunca concretó. Por lo menos tres inversores contactados por NEGOCIOS señalaron que el próximo a quedarse sin cash sería Oportunidades, un sitio que ofrece clasificados on line y que pelea con MercadoLibre y DeRemate.

A través de Sail Group, Esteban Reynal destinó 5 millones de dólares a media decena de sitios de Internet. Entre ellos, estaban Autored y VíaRural. De ambos, se retiró. “Me abrí porque no me terminaban de cerrar”, se sincera Reynal.

De la misma forma en que MercadoLibre y DeRemate consiguieron financiamiento internacional y funcionan hasta en los Estados Unidos, a Oportunidades se le auguraba poca vida por no tener un partner de renombre. Reynal sigue apoyando el proyecto.

Lo cierto es que Oportunidades estuvo –al menos– tres veces a punto de abrochar con algún socio. El acuerdo más serio casi se cierra con GP Investments, un fondo de inversión brasileño que atesora el e-retailer Submarino. En ese negocio, Lokau –que hace remates on line en Brasil– era el candidato más firme.

Pero el deal con Lokau se cayó.

“A los muertos hay que contarlos cuando están fríos”, se ataja Walter De Boever, CEO de Oportunidades. El ejecutivo acuerda que una serie de negociaciones frustradas tiende a deteriorar la imagen externa de la compañía.

“Llegaremos al break-even en marzo de 2001”, afirma De Boever. Para explicarlo, se guarda ases en la manga. A la fecha, Oportunidades tiene ingresos por 6 mil pesos mensuales y egresos por 8 mil. ¿La diferencia entre ingresos y egresos? “Es mucho menor de la que tienen otros sites con características similares”, retruca De Boever.

¿Lo dirá por DeRemate? De Boever se confiesa como un admirador de Alec Oxenford, el número uno de ese sitio de subastas on line. “Nuestra IPO nunca se postergó, porque nunca tuvo una fecha específica. Por eso no hicimos el road-show aún”, detalla Oxenford.

DeRemate tiene en sus arcas 60 millones de dólares. Con eso le alcanzaría para cubrir –por un buen tiempo– su gasto mensual, que oscilaría entre los 250 y 300 mil dólares. Con presencia extendida en América latina y carteles de publicidad hasta en los subtes de Nueva York, Oxenford declara tener 120 mil transacciones cerradas por valor de 30 millones de dólares. Sin embargo, DeRemate sólo muerde una mínima porción de ese monto y en la Argentina todavía no cobran comisiones.

Aubert –del CRI– cree que “los modelos de negocios que sólo se pueden ejecutar por Internet, como subastas on-line y compras grupales, son viables”.

En ambos segmentos, la pelea es dura.

Comunia, Agrupate y Neotribu dominan el nicho de quienes se juntan para adquirir bienes a precio más bajo por intermedio de la red. Y no son, precisamente, competidores amigables. Los fundadores de Neotribu querellaron a la CEO de Comunia, Vanessa Kolodziej, porque entienden que les robó la idea. A la vez, el mercado rumorea que Comunia y Agrupate están prontos a una boda. “Los primeros tienen plata y los segundos, la operación”, dicen los especialistas. Sin embargo, Gustavo Sambucetti –Country Manager para la Argentina de Agrupate– desmiente todo.

## **Disco rayado**

La disminución de fondos destinados a marketing y publicidad perjudicó las ventas de los sitios de e-commerce. La facturación de Musimundo.com pasó los 500 mil dólares en mayo y caminaba hacia los 800 mil en junio. Cuando se acabaron los anuncios en los diarios y revistas, todo cambió. Las ventas estimadas para julio oscilan entre 350 y 400 mil dólares.

En febrero, Musimundo.com había vendido 8,6 por ciento de sus acciones al CRI en 10 millones de dólares. Eso fue cuando la tienda virtual valía 120 millones. Ahora, su valuación andaría por la mitad. ¿Esto le confiere al banco español mayores acciones?

"Son temas que no puedo comentar", dice Pablo Carabelli, CEO de Musimundo.com. También se excusa de referirse a una absorción de Zona 247 (dedicado a libros) por parte de su firma. Se esperaba la oferta pública para septiembre. "Arrancamos gastando a un ritmo, ahora venimos a otro. Después de la caída del NASDAQ, todas las valuaciones cambiaron y la nuestra, también", describe.

La IPO no se hará este año ni tiene nueva fecha. Una proyectada expansión hacia México y los Estados Unidos quedó para "la época en que los mercados mejoren, supongo que a fin de año", concluye el CEO.

Musimundo es propiedad de The Exxel Group. Otra de las empresas puntocom del fondo de Juan Navarro tampoco pasaría por sus mejores tiempos. Se trata de LatinStocks, el site dedicado a finanzas personales.

Antes de conseguir inversiones de SoftBank e Inbursa (vinculada a Telmex), Dineronet -de Constantini- se sentó a conversar con LatinStocks para unificar proyectos. No llegaron a un arreglo.

El HSBC le echó el ojo a LatinStocks. Pero tampoco firmaron nada. Sus cybermanagers anduvieron por España, explorando la posibilidad de conseguir inversionistas. Aún no hay noticias.

"Ajustamos el presupuesto", acota Leandro Martino, vicepresidente de la firma. Después de concederle poderes al Crédit Suisse First Boston (CSFB) para que estudiara la posibilidad de una oferta de acciones, ahora Martino marcha hacia otro lado. Como tantos otros. La plata fácil se acabó y muchos puntocom no saben para dónde disparar.

*Martin Bidegaray*

*Investigación: Carla Quiroga*

*Informes: Dolores Pasman y Martín Guppy*

## Plata quemada

Los portales comenzaron a ajustarse y retacear información para evitar la catástrofe que puede provocar la escasez de dinero.

La acción de El Sitio –que llegó a darle una capitalización de mercado de 1.800 millones de dólares– vale diez veces menos que a fines de 1999. Roberto Cibrián reunió a todo su staff y les dijo que tenía financiamiento para dos años. Asimismo, espera una mejora en la acción y ganar posiciones frente a los competidores que no tienen dinero asegurado. Mientras tanto, se acabaron los viajes en primera clase. Y se pidió austeridad hasta en los detalles, como los remises, motos y el café.

El marketcap de StarMedia ya no ronda los 2.800 millones de dólares. "Son vaivenes. No seremos tragados por ninguna fusión", se defiende Fernando Espuelas, CEO de la compañía.

UOL (Universo On Line) iba a hacer una IPO a mediados de este año. Ahora, de eso no se habla. "Tenemos funding por préstamos de los bancos por 45 millones de dólares", explica Claus Vieira, director general del sitio brasileño.

El ejecutivo no especifica el gasto promedio mensual de UOL, también llamado burn rate porque es casi plata quemada.

Yupi también aplazó indefinidamente su oferta de acciones. AOL América latina hará su presentación bursátil por estos días, pero tuvo que bajar el precio de salida al mercado. Su performance será un parámetro para las puntocom de la región.

## Ruleta rusa

Las dudas sobre el futuro de las empresas en la Red ya son motivo de juego. Parodiando el nombre de la revista Fast Company, pero cambiando la primera palabra por otra que empieza con "f" (una grosería) ya hay un site en el que los visitantes pueden entrar en una competencia para ver quién acierta cuál es el próximo sitio al caer. Las empresas afirman que, por este medio, se difunde información errónea. Hay otros dos sites -dotcomfailures.com y SandHillToad.com- que recopilan datos sobre la situación de e-companies.

## Optimismo, a prueba de fuego

Chase Capital Partners (CCP) es el mayor inversor en Internet para la región. Carlos Rohm, Principal para América latina, justifica que su firma haya colocado 120 millones en 13 sitios.

"Antes, había sobreexcitación, pero recién ahora tenemos ciertos metrix que permiten evaluar mejor los modelos de negocios", explica.

Rohm se enorgullece de las apuestas hechas por CCP y de las utilidades obtenidas. "En Patagon invertimos 17 millones y recibimos 155 millones cuando vendimos nuestra parte. Con 25 millones de dólares compramos 21 por ciento de StarMedia y ahora eso vale mucho más. Todas nuestras

inversiones nos están generando altas tasas de retorno”, sostiene.

John-Paul Bailey, fundador y director de WorldCap Internet Solutions, explica que “hay que ver la tendencia. Es cierto que hay mucha basura. Y buenas ideas con malos managers. Por ejemplo, los sitios de construcción no son fáciles de desarrollar en la Argentina”. Raúl Sotomayor, director de Southern Cross, no parece pensar lo mismo: “desde hace dos meses, tenemos alto volumen de transacciones en Construmega, nuestro portal sobre construcción”.

Daniel Falcón, Managing Director de Galicia Advent SOCMA, apostó 1,5 millón en servicing web. “Buscamos negocios con una fuerte pata real y éste lo era”, justifica.

Sebastián Bardengo y Diego Jordan son directores de Bank Boston Capital. “Incorporaremos empresas de Internet a nuestro portfolio si tienen paso a la rentabilidad en 24 meses”, dicen. Hicks, Muse, Tate & Furst perdió a una de sus cabezas para Internet, Lisandro Bril. Ahora, sólo mira sitios que también tienen presencia off-line.